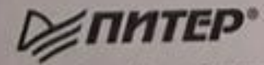
МАСТЕРА
ПСИХОЛОГИИ
Д. В. Ольшанский
ПСИХОЛОГИЯ
МАСС
ПИТЕР

МАСТЕРА ПСИХОЛОГИИ

Д. В. Ольшанский

ПСИХОЛОГИЯ МАСС



Москва · Санкт-Петербург · Нижний Новгород · Воронеж
Ростов-на-Дону · Екатеринбург · Самара
Киев · Харьков · Минск
2002

Д. В. Ольшанский

ПСИХОЛОГИЯ
МАСС

▪

*ПИТЕР**
Москва • Санкт-Петербург • Нижний Новгород • Воронеж
Ростов-на-Дону • Екатеринбург • Самара
Киев • Харьков • Минск
2002

Дмитрий Вадимович Ольшанский

ПСИХОЛОГИЯ МАСС

Серия «Мастера психологии»

Главный редактор	*Е. Строганова*
Зав. психологической редакцией	*Л. Винокуров*
Зам. зав. психологической редакцией	*И. Карпова*
Ведущий редактор	*А. Борин*
Редакторы	*С. Комаров*
Художник обложки	*С. Маликова*
Корректор	*Т. Брылева*
Верстка	*Е. Кузьменок*

ББК 88.5 УДК 316.6

Ольшанский Д. В.

О56 Психология масс. — СПб.: Питер, 2002. — 368 с. — (Серия «Мастера психологии»).

ISBN 5-318-00038-X

Впервые в отечественной литературе за последние сто лет издается новая книга о психологии масс. Три части книги — «Массы», «Массовые настроения» и «Массовые психологические явления» — представляют собой систематическое изложение целостной и последовательной авторской концепции массовой психологии. От общих понятий до конкретных феноменов психологии религии, моды, слухов, массовой коммуникации, рекламы, политики и массовых движений, автор прослеживает действие единых механизмов массовой психологии. Книга написана на основе анализа мировой литературы по данной тематике, а также авторского опыта исследовательской, преподавательской и практической работы. Для студентов, стажеров, аспирантов и преподавателей психологических, исторических и политологических специальностей вузов, для специалистов-практиков в сфере политики, массовых коммуникаций, рекламы, моды, *PR* и проведения избирательных кампаний.

-

ISBN 5-318-00038-X

•

ООО «Питер Принт», 196105, Санкт-Петербург, ул. Благодатная, д. 67в.
Лицензия ИД № 05784 от 07.09.01.
Налоговая льгота — общероссийский классификатор продукции ОК 005-93, том 2; 953005 — литература учебная.
Подписано в печать 26.08.02. Формат 70х100 $^1/_{16}$. Усл. п. л. 26,91. Доп. тираж 4500 экз. Заказ № 1136.
Отпечатано с фотоформ в ФГУП «Печатный двор» им. А. М. Горького
Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.
197110, Санкт-Петербург, Чкаловский пр., 15.

Содержание

Введение **7**

Часть 1. Массы **11**

Глава 1.1. Массы и массовое сознание **13**
Теории «массы» 14
Теории «массового общества» 17
Массовое сознание 20
Массы 28
Основные выводы 31

Глава 1.2. Человеке массе **33**
Индивид и масса: что первично? 34
Влияние массы на индивида 38
Феномен обезличивания 42
«Мы» и «они», «вы» и «ты», «он» и «я» 43
Масса и ее вожаки 46
Распад массы: освобождение индивида 48
Основные выводы 50

Глава 1.3. Массовые психические состояния и проявления **51**
Общие механизмы стихийного поведения 52
Основные субъекты стихийного поведения 54
Психология толпы 54
Психология собранной публики 59
Несобранная публика 60
Основные формы стихийного поведения 61
Массовая паника 61
Массовая агрессия 65
Основные выводы 68

Глава 1.4. Механизмы массовой психологии **70**
Заражение как механизм психологии массы 71
Подражание как следствие заражения 73
Внушение как следствие заражения 75
Внушение как механизм психологии массы 77
Заражение как следствие внушения 77
Подражание как следствие внушения 79
Подражание как механизм психологии массы 81
Основные выводы 86

Глава 1.5. Психология масс в прошлом и будущем **89**
Интерлюдия: происхождение сознания 89
Интермедия: индивидуализация деятельности 92
Апофеоз: двойственная роль развития речи 95
Психологическая эволюция в истории человечества 98
Психология масс при рабовладении 98
Психология масс при феодализме 100
Психология масс при капитализме 103
Психология масс при социализме 106
Психология масс в социально-психологической перспективе 109
Основные выводы 111

Глава 1.6. «Русская душа» как особое состояние массовой психологии: между Западом и Востоком ... 113
Геоклиматические факторы ... 114
Фактор отставания в развитии ... 116
Фактор ограниченности частной собственности ... 118
Фактор крепостного права ... 121
Фактор татаро-монгольского ига и «враждебного окружения» ... 124
Слагаемые «русской души» ... 127
Историко-психологические этюды ... 127
Литературно-философские размышления ... 130
«Счастье по-русски» ... 133
Основные выводы ... 137

Часть 2. Массовые настроения ... 139

Глава 2.1. Массовые настроения в истории и современность ... 141
Массовые настроения в историческом развитии ... 141
Европейская история настроений ... 142
Настроения в русской истории ... 145
Массовые настроения в XX веке ... 146
К обобщению опыта ... 147
Массовые настроения в современных условиях ... 149
Настроения современного «человека массы» ... 150
Современные настроения в политике ... 152
Массовые настроения и крах социализма ... 155
Основные выводы ... 156

Глава 2.2. Психология массовых настроений ... 158
Общепсихологические подходы ... 159
Психофизиологические трактовки ... 159
Индивидуальное и социальное в природе настроений ... 161
Настроения в теории деятельности ... 164
Социальная природа настроений ... 166
Попытки упрощенной социологизации ... 168
Генетическая трактовка «социальности» ... 169
Содержательная «социальность» настроений ... 171
«Социальность» как свойство субъекта настроений ... 174
Массовые политические настроения ... 177
Основные выводы ... 180

Глава 2.3. Массовые настроения в политике ... 183
Природа массовых политических настроений ... 183
Массовые настроения как сигнал ... 184
Настроения как оценка ... 184
Настроения как устремления ... 186
Субъект массовых настроений ... 187
Гетерогенность и ситуативность ... 188
Формирование настроенческих масс ... 189
От толпы — к «средним слоям» ... 190
Возникновение и развитие массовых настроений ... 191
Психологический аспект ... 192
Социально-политический аспект ... 194

Динамика развития настроений ... 196
Циклы развития настроений ... 198
Уровни развития настроений ... 199
Основные виды и функции массовых настроений ... 200
Проблема типологии настроений ... 200
Основные функции массовых настроений ... 203
Функциональные разновидности настроений ... 204
Механизмы воздействия на массовые настроения[1] ... 205
Игра на притязаниях ... 205
Проблема осуществления притязаний ... 207
Прогнозирование массовых настроений ... 209
Прогнозирование на «проблемных сетях» ... 210
Основные выводы ... 212

Глава 2.4. Массовые настроения в революциях, контрреволюциях и «перестройках» ... 214
Динамика массовых настроений в Чили (1970-е—1980-е гг.) ... 215
Притязания С. Альенде ... 215
Достижения А. Пиночета ... 216
Крах А. Пиночета ... 218
Массовые настроения и хомейнистская революция в Иране ... 220
Антишахские настроения ... 220
Притязания Р. Хомейни ... 222
Хомейнистская революция ... 223
Консервация настроений ... 224
Массовые настроения и «перестройка» в СССР ... 225
Структуры и люди ... 226
Перестройка настроений ... 228
Превентивная акция ... 229
Провал ... 230
Основные выводы ... 235

Часть 3. Массовые социально-психологические явления ... 237

Глава 3.1. Психология религии ... 239
Корни религии ... 240
Социально-психологические функции религии ... 244
Психология веры ... 246
Религиозный культ: психология религиозных действий ... 248
Психология суеверий ... 251
Мотивы обращения к религии ... 253
Основные выводы ... 254

Глава 3.2. Психология моды ... 256
В поисках сущности моды ... 257
Психологические механизмы моды ... 259
Двойной механизм моды ... 259
Факторы модности ... 260
Мода как массовое подражание ... 261
Конформизм как фактор моды ... 262
Социально-психологические функции моды ... 263
Элементы распространения моды ... 264
Парадокс модника ... 266
Модник-антимодник (модник-индивидуалист) ... 267

Модник-суггестор (модник-массовик) ... 269
Влияние моды на психологию масс ... 271
Основные выводы ... 273
Глава 3.3. Психология слухов и сплетен ... 274
Слухи и их разновидности ... 275
Источники и условия возникновения слухов ... 279
Особенности циркуляции слухов ... 282
Противодействие слухам ... 284
Психология сплетни ... 286
О пользе слухов и сплетен ... 289
Основные выводы ... 290
Глава 3.4. Психология массовой коммуникации ... 292
Теоретическое осмысление ... 293
Система массовой коммуникации ... 296
Коммуникатор ... 297
Аудитория ... 298
Коммуникационное сообщение ... 299
Средства массовой коммуникации ... 302
Обратная связь ... 305
Эффекты массовой коммуникации ... 306
«Эффект ореола» ... 306
«Эффект бумеранга» ... 308
Основные выводы ... 309
Глава 3.5. Психология рекламы и PR-воздействия ... 311
Немного истории ... 312
Генеральная функция рекламы ... 314
Почему люди поддаются рекламе? ... 315
Психологические механизмы рекламы ... 317
Возбуждение желаний ... 318
Внушение ... 318
Заражение ... 320
Подражание как итог ... 321
Политическая реклама ... 323
Политическая реклама как вид коммерческой рекламы ... 323
PR как политическая реклама ... 325
Политик как специалист по PR ... 327
Основные выводы ... 328
Глава 3.6. Психология политических партий и массовых движений ... 329
Психология массовых движений ... 330
Истоки возникновения движения ... 332
Социально-психологические функции движения ... 333
Мотивы участия в движении ... 334
Условия и этапы развития движений ... 336
Политические партии ... 340
Кадровые и массовые партии ... 342
Партии и движения ... 343
Основные выводы ... 346
Заключение ... 348
Литература ... 351

Введение

Новой книги с таким названием не издавалось вот уже более ста лет. Близкие по тематике книги, пусть под другими названиями, но все-таки касавшиеся проблем психологии масс, также давно не издавались — примерно лет семьдесят. Таким образом, возник огромный провал в изучении важнейшей сферы социально-психологических явлений, составляющих огромную часть нашей повседневной жизни. Наша жизнь была так организована «сверху», что обо всем, что шло «снизу», предпочитали не говорить. Наше сознание было так заорганизовано, что о бессознательном было даже некогда думать.

Как-то незаметно сфера массовой психологии исчезла из учебных программ и университетских курсов. Оголились программы и курсы — социальная психология оказалась лишенной одного из своих четырех основных разделов (личность, малые и большие группы, массы[1]. Психология масс стала упоминаться только вскользь, как «массовидные явления» — прежде всего толпа. Отсутствие пристального серьезного внимания к этому предмету порождало привкус негативного отношения как к чему-то не слишком важному, находящемуся на обочине научного познания.

Минувший XX век выдался слишком рационалистическим. Наибольших успехов в нем добились западные страны и народы, психологически отличающиеся повышенной рациональностью мышления. Вследствие этого создалось впечатление, что эпоха явлений иррациональных, эмоциональных и не индивидуальных, а массовых, просто ушла далеко в прошлое. Массовым поведением научились управлять, сформировалась «массовая культура», а сами массы были раздроблены на отдельные группы и, далее, на отдельных индивидов. Возведя в культ права свободного индивида, на Западе решили, что навсегда избавились от массового человека, что просто «переболели» психологией масс. Однако для них, но в еще большей степени для нас все оказалось далеко не так просто.

Несмотря ни на что, он все еще жив, этот совершенно нецивилизованный «массовый человек». И даже исчезнув на некоторое время из учебных программ и университетских курсов, он постоянно продолжает проявлять себя — то в забастовках шахтеров, то в действиях перекрывающих автомагистрали жителей тех или иных регионов, протестующих против действий властей, то в акциях гражданского неповиновения. Не нужно далеко ходить за примерами — он продолжает проявлять себя в митингах и пикетах оппозиции, в шествиях националистических организаций, а также в самых массовых спектаклях современности — избирательных кампаниях.

В этой книге впервые в мировой науке собрано все или практически все, что на сегодняшний день можно считать известным, общепризнанным, достаточно установленным и имеющим существенное значение для понимания психологии масс. Разные «картинки», разные описания и разные объяснительные схемы наконец-то удалось

[1] Это — в достаточно привычной последовательности. А есть и более современные тенденции, обосновывающие противоположный порядок приоритетов: «В последнее время усиливается тенденция обратного порядка, выводящая на первое место социальную психологию масс и массовых настроений, затем — больших групп, малых групп и, наконец, личности». См.: *Ольшанский Д. В.* Социальная психология. В кн.: Современная западная социология: Словарь. М., 1990. С. 319.

сложить вместе. В результате возникла единая целостная концепция — психологическая, социальная, историческая и даже технологическая. Соответственно выстроено ее изложение: от общих понятий и механизмов психологии масс, ее истории и национальных проявлений — через основной «стержень», массовые настроения — к отдельным, конкретным массовым психологическим явлениям.

Книга написана в особом жанре. Это не обычный учебник — не настолько все устоялось в психологии масс, чтобы излагать материал с занудной уверенностью учебника. Это никак не научная монография — здесь нет скучных подробностей академических исследований. Ближе всего эта книга к тому, что в западной литературе называется *handbook* или, иногда, *manual* — разумеется, с поправкой на отечественную литературную традицию. Эта традиция требует комбинировать серьезные фрагменты с многочисленными «живыми» примерами и текстовыми иллюстрациями, с обращениями не только к научным авторитетам, но и к литературным классикам. Это подразумевает как очевидные достоинства, так и определенные недостатки. Повторим, что их оправдание в одном — в том, что в течение ста последних лет не издавалось ничего подобного. В связи с этим, слишком много самого разного материала пришлось вмещать в сравнительно небольшой объем.

Эта книга писалась долго. За ней — несколько десятилетий исследовательской, преподавательской и практической, прежде всего социально-политической работы автора в области психологии масс. Консультирование чужих революций и контрреволюций, активное участие в собственных «перестройках», социальных потрясениях, реформах и избирательных кампания — все это тот личный опыт автора, который нашел отражение в книге. Помимо многочисленных литературных источников и чужих исследований он опирался на результаты своей большой практический работы, в том числе в тех странах, которые еще ближе, чем мы, стоят к массовой психологии. Чтобы научиться манипулировать массовой психологией, ее надо было для начала просто понять. Поняв же, ее нельзя не полюбить. Но тогда — вот парадокс! — практически невозможно становится ей манипулировать. Гораздо интереснее просто наблюдать и восхищаться массами — по возможности, удерживая их от негативных последствий своих же собственных неосторожных действий.

Книга состоит из трех частей. Первая часть посвящена общим проблемам психологии масс. Для начала я предлагаю читателю разобраться с тем, что же это такое — «массы». Это разговор о разном понимании масс, об истории их изучения и о той роли, которая то навязывалась массам, то, напротив, отнималась у них. Это рассказ о теориях масс и том «массовом обществе», которое совершенно неожиданно для себя построили люди, но которое однажды вдруг перестало им нравиться. Произошло же это потому, что люди подметили: масса не только помогает выживать — очень часто масса подавляет человека и уж, во всяком случае, сильно меняет его поведение. Настолько, что потом он никак не может поверить в то, что он делал в рядах массы. На человека, оказывающегося в массе, действуют особые психологические законы. Масса заражает человека, она заставляет его подражать себе, часто просто внушает то, что в обычном состоянии и не пришло бы ему в голову. В массе возникают особые психические состояния. Под влиянием сложных эмоциональных реакций развиваются неожиданные виды массового поведения. И тогда вроде бы вполне нормальные люди оказываются способны к массовой агрессии или не менее массовой панике. Тогда возникают толпы, способные «бить и спасать», не отдавая себе отчета в том, зачем они

это делают. Есть, разумеется, и более спокойные разновидности масс — «публика», сидящая перед телевизорами, собравшаяся на митинг или даже заседающая в парламенте. Однако и здесь действуют все те же механизмы массового поведения: и такая вроде бы приличная публика при случае может обернуться оголтелой и разнузданной толпой.

Только не надо осуждать или, напротив, воспевать массу и массовое поведение. История показывает: массовый человек — наш прямой предок. Вначале было массовое сознание, и только потом из него стало выделяться сознание индивидуальное. Причем этот процесс продолжается до сих пор. Нам так и не удалось похоронить того пещерного предка — он прячется где-то внутри нас, в подсознании, и периодически вылезает наружу. Такие уж мы есть, люди — с одной стороны, очень индивидуальные, а с другой — в значительной степени массовые существа. Таковы и народы — одни более индивидуальные, другие более массовые. Пресловутая «тайна русской души», например, в значительной степени объясняется тем пограничным положением, которое мы занимаем между индивидуалистичным Западом и предельно массовым Востоком.

Вторая часть книги посвящена стержню психологии масс, одной из ее ведущих психологических макроформ — массовым настроениям. Именно настроения, становясь массовыми, и формируют массу, определяют ее поведение. В основе настроений лежит соотношение притязаний и достижений человека. Представьте, что вы идете получать премию и рассчитываете, скажем, на тысячу рублей. И получаете — ровно тысячу рублей. Какое у вас настроение? Да никакого: ведь ничего не произошло — ни хорошего, ни плохого. Чего ждали, то и получили — все нормально. Но вот вам по каким-то неведомым причинам выдают две тысячи рублей. Вы чувствуете радость, восторг, удовольствие. И третий вариант: вы ждете все ту же тысячу, а дают... только пятьсот рублей. Или вообще ничего не дают — ни премии, ни зарплаты. Согласитесь, теперь у вас будет уже совсем иное настроение — мягко говоря, отрицательное.

Подобные ситуации — разумеется, в более сложном виде — сопровождают нас всю жизнь. Мы всегда чего-то хотим, но далеко не всегда получаем желаемое. Так и возникают разные настроения. В сходных ситуациях они захватывают многих людей и формируют массы. Такие массы то ли энтузиастов, то ли озлобленных способны на многое. Это они сметают врагов, выигрывают войны, свершают революции или контрреволюции, меняют социальное и политическое устройство государств и всего мира. Определяя поведение больших общностей людей, они становятся могущественной силой. Однако проявления психологии масс могут быть и не столь драматичными.
Третья часть книги — разговор о конкретных массовых психологических явлениях, составляющих значительную часть нашей жизни. Речь пойдет о психологии религии и моды, слухов и сплетен, средств массовой информации, рекламы и так называемых «связей с общественностью», политических партий и массовых общественных движений. Оказывается, что за всеми этими вроде бы достаточно разными вещами скрываются одни и те же механизмы массовой психологии. Во всех случаях мы имеем дело с массовым поведением, и всегда есть какой-то источник заражения, образец для подражания — служитель религиозного культа, распространитель сплетен и слухов, телевизор или иное средство массовой информации, наконец, политический лидер. И все они, психологически, исполняют одну функцию, — разумеется, каждый посвоему. Однако во всех этих случаях мы имеем дело с кем-то или чем-то, внушающим
.

нам, что и как надо делать, провозглашающим истинные ценности, демонстрирующим образцы достойного поведения. Используя суггестивные механизмы, эти некто или нечто незаметно принуждают нас подражать тому, что они говорят или делают. И мы поголовно одеваемся в джинсы, мини- или макси-юбки, пересказываем друг другу одни и те же анекдоты, голосуем за одни и те же политические партии, за одних и тех же политиков. Самое удивительное заключается в том, что нас никто не заставляет делать это. Что называется, «добровольно и с песней» мы каждый раз отдаемся тому самому массовому человеку, который во всех этих явлениях постоянно просыпается внутри нас.

Часто стоит большого труда освободиться от этого гипнотического влияния. И далеко не все на это способны. Но возникает вопрос: а нужно ли освобождаться от такого внешнего гипноза, если внутри его поддерживает такая влиятельная часть нас самих? Если мы все равно не можем без этого жить? «Бой с тенью» — это метод тренировки, хороший только в боксе . Непрерывные же бои с самим собой не укрепляют, а ослабляют человека. В общем, как учит народная мудрость, «если вас насилуют — расслабьтесь и получите свое удовольствие». Оказавшись под влиянием психологии масс, не пытайтесь из-под него вырваться. Не тратьте силы на утверждение своей «самости» — в массе это не просто бесполезно, а часто даже вредно. Лучше, осознав ситуацию, действительно расслабиться...

Но до этого и для этого вам будет полезно прочитать данную книгу.

Часть 1

Массы

Массы и массовое сознание.

Человек в массе.

Массовые психические состояния и проявления.

Механизмы массовой психологии.

Психология масс в прошлом и будущем.

«Русская душа» как особое состояние массовой психологии: между Западом и Востоком.

Главная задача первой части книги - определить основные понятия и категории, с помощью которых анализируется психология масс и ее составляющие. Это описание рабочего инструментария тех исследований, о которых речь пойдет дальше, особенно в заключительной части книги. Другая, не менее важная задача — рассмотреть основные проявления психологии масс и их механизмы, как внутренние, психологические, так и внешние, поведенческие. Наконец, еще одна задача этой части книги — понять основные истоки и возможные перспективы развития психологии масс. Дело в том, что психология масс — один из главных «ключей» для понимания особенностей психологии самых разных общностей, в частности, для понимания особенностей нашей национально-этнической психологии, или того, что в мире именуют «тайной русской души».

и массовое сознание

.

Теории «массы». Ш Теории «массового общества». Я Массовое сознание. Я Массы.

Когда мы говорим о «массе», обычно это слово кажется понятным всем. Массовое — значит общее, присущее всем или большинству. Или, в другом варианте, «масса» — это когда всего много, так сказать, свалка всего на свете. Однако в обоих этих наиболее распространенных случаях речь не идет о научном определении.

Общедоступные словари поражают способами ухода от ясных и четких определений понятия «масса». Советский энциклопедический словарь использует это понятие как очевидное и «накопительное», не считая необходимым останавливаться на нем специально, причем прежде всего истолковывая его в естественнонаучном смысле: «Масса — одна из основных физических характеристик материи». С этим связаны понятия «масса покоя», «масса прибавочной стоимости» и «масса прибыли». Они располагаются между словами «Масса - город в центральной Италии» и «массаж». Словарь иностранных слов также ставит на первые места физическое и химическое значение слова, лишь в конце приводя: «массы — широкие круги населения, народ». В этом направлении ориентированы и специальные гуманитарные словари. Например, отечественные философские словари ограничиваются производными от слова «масса» понятиями («массовая коммуникация», «массовая культура», в лучшем случае — «теории массового общества» и «массовое сознание»)[1]. В «Энциклопедическом социологическом словаре» предлагаются к рассмотрению исключительно «массы народные». Они определяются как «социологическая категория, означающая наличие в обществе трудящегося большинства населения как решающей силы социального прогресса. В социологии понятие... используется... преимущественно в этнографическом смысле или для противопоставления личности, а также в концепциях "массового общества"» («Энциклопедический социологический словарь», 1995). Энциклопедический словарь по политологии, помимо понятий «массовая коммуникация», «массовое сознание», «теории массового общества», предлагает еще и «массовые настроения». Но в то же время один из наиболее популярных психологических словарей вообще предлагает вместо понятия «массы» ограничиться «массовидными явлениями» («Психология: словарь», 1990), к которым относит такие разнородные явления, как «совпадающие оценки и установки, принятые стереотипы и внушенные образцы поведения», «многообразные виды поведения толпы», «социально-психологические особенности народов» и даже «общественное мнение». В целом же оказывается, «массо-

' Например, см.: Философский словарь. М., 1980. С. 203-205, а также: Философский энциклопедический словарь. М., 1983.

видные явления — предмет исследования в психологии больших групп, психологии пропаганды, психологии торговли». Видимо, авторы статьи полагают, что подобные явления больше нигде не исследуются и не встречаются. Да и само выражение «массовидные явления» (то есть «явления, похожие на массу») требует определения той самой массы, на которую они «похожи». Впрочем, вместо определения масс в словаре предлагается понятие «большие группы».

В целом же, при недостаточной определенности базового понятия «массы», практически все словари предлагают либо бытовое, обыденное понимание, либо просто разъясняют понятия, производные от базового. Последнее опускается как якобы «очевидное». Однако это далеко не так.

Теории «массы»

Термин «массы» в обществознании впервые появляется в контексте аристократической критики социальных перемен XVII-XIX веков. Впервые англичанин Э. Берк и француз Ж. де Местр назвали пугающую тогдашних аристократов силу «толпой» или «массой». Л. Г. Бональд выступал против разрушения средневековых социальных групп и корпораций, что превращало, на его взгляд, общество в «массу изолированных индивидов». Поначалу это были образные, описательные и оценочные, идеологические выражения, однако со временем они превратились в научные понятия.

Первым признанным теоретиком масс в конце XIX века стал Г. Лебон (1896). Главной моделью для него была толпа, рассматриваемая как психологический феномен, возникающий при непосредственном взаимодействии индивидов независимо от их социального положения, национальности, профессии, даже повода, вызвавшего образование данной толпы. В толпе образуется социально-психологическое («духовное») единство массы — «душа толпы». Она проникается определенными общими чувствами, взаимовнушение дает ей значительное приращение энергетики, в толпе глушится, исчезает сознательная личность.

Однако модель массы исключительно как толпы давно не является общепризнанной. В современной науке толпа рассматривается лишь как один из видов массы. Причем в целом ряде концепций подчеркивается, что эта модель находится в определенном противоречии с новыми эмпирически фиксируемыми тенденциями — нарастанием атомизации, некоммуникабельности, отчуждения между людьми. Со временем, базовой моделью массы стала не толпа, а скорее, публика — суетящегося участника беснующейся толпы сменил комфортно устроившийся в своем кресле зритель. Уже Г. Тард (1901) требовал «перестать смешивать толпу и публику». В первой, утверждал он, люди физически сплочены, а во второй рассеяны, первая «гораздо более нетерпима», вторая более пассивна. Отсюда Тард настаивал на замене понятия «толпа» понятием «публика».

Позднее Р. Парк специально исследовал различия между массой как толпой, условием образования которой является непосредственное взаимодействие индивидов, и публикой, у которой такое взаимодействие может вообще отсутствовать. Г. Блумер считал главными характеристиками массы как аудитории анонимность и изолированность ее членов, слабое взаимодействие между ними, случайность их социального про-

исхождения и положения, отсутствие организованности. К понятию «толпы одиноких» пришел Д. Рисмен (Risman, 1950), имея в виду человеческие массы в системе современного ему западного общества: люди чувствуют себя отчужденными от него, от других людей, отношения между ними все чаще проявляются в форме недоверия и враждебности.

Во второй половине XX века в западной науке окончательно складывается неоднозначность в трактовке понятия «массы». По оценке Д. Белла (Bell, 1964), в западной науке сложилось, как минимум, пять различных концептуальных интерпретаций «массы». Под массой понималось:

1) «недифференцированное множество», типа совершенно гетерогенной аудитории средств массовой информации в противовес иным, более гомогенным сегментам общества (Г. Блумер);
2) «суждение некомпетентных», низкое качество современной цивилизации, являющееся результатом ослабления руководящих позиций просвещенной элиты (X. Ортега-и-Гассет);
3) «механизированное общество», в котором человек является придатком машины, дегуманизированным элементом «суммы социальных технологий» (Ф. Г. Юнгер);
4) «бюрократическое общество», отличающееся широко расчлененной организацией, в которой принятие решений допускается исключительно на высших этажах иерархии (Г. Зиммель, М. Вебер, К. Маннгейм);
5) общество, характеризующееся отсутствием различий, однообразием, бесцельностью, отчуждением, недостатком интеграции (Э. Ледерер, X. Арендт).

По более поздним оценкам, число трактовок расширилось до семи, хотя отдельные из них все равно пересекаются с типологией Д. Белла. В расширенной типологии массы трактуются:

1) как толпа (традиции Г. Лебона);
2) как публика (последователи Г. Тарда);
3) как гетерогенная аудитория, противостоящая классам и относительно гомогенным группам (Э. Ледерер и М. Арендт, например, считали массы продуктом дестратификации общества, своего рода «антиклассом»);
4) как «агрегат людей, в котором не различаются группы или индивидуумы» (Когпhauser, 1960);
5) как уровень некомпетентности, как снижение цивилизации (X. Ортега-и-Гассет);
6) как продукт машинной техники и технологии (Л. Мамфорд);
7) как «сверхорганизованное» (К. Маннгейм) бюрократизированное общество, в котором господствуют тенденции к униформизму и отчуждению.

Таким образом, в западной науке понятие «массы» рассыпалось в силу своей неоднозначности, а также в силу того, что в рациональной индивидуалистической культуре Запада сами массы рассыпались как некая сплоченная реальность. Согласно восторжествовавшим к тому времени жестким позитивистским требованиям, не верифицируемое и не операционализируемое понятие, посредством которого можно объяснять больше чем один реальный феномен, не имеет право на существование. Так наступил своего рода закат «эпохи масс» и их изучения в западной науке на несколько десятилетий.

В отличие от западного, отечественное обществознание вообще никогда не любило понятие «массы». Еще при монархии оно опасалось реальных масс и, соответственно, не приветствовало сколько-нибудь продуктивных научных размышлений о них. В соответствии с европейскими аристократическими традициями, в России в конце XIX века также доминировали теории «героя» и «толпы» (Михайловский, 1882). Однако и падение монархии особенно не изменило ситуации. За исключением самого революционного периода начала XX века, марксистско-ленинская идеология и выросшая из нее наука также не принимали это понятие.

В самом конце эпохи социализма Г. К. Ашин рассматривал теории «массы» как «в буржуазной социологии и социальной психологии концепции, претендующие на объяснение поведения человеческих множеств, как правило, непрочных и случайных (в отличие от групп и классов), члены которых объединены лишь присутствием в одном месте в одно время и взаимодействие между которыми имеет характер взаимного усиления эмоций, взаимного заражения и т. п. (например, толпа зевак во время уличного инцидента)» (Ашин, 1990). Ашин указывал, что особое внимание при этом обращается на поведение больших скоплений людей, исчисляемых порой миллионами, на поведение массы в чрезвычайных обстоятельствах (паника, массовый экстаз и т. п.). Понятие «массы» в этом контексте оказывается прототипичным по отношению к теориям массового общества, которые можно рассматривать как перенос понятия «массы» на общество в целом, как описание функционирования общества по способу поведения масс.

Теории массы, как полагал Ашин, возникали в ответ на потребность описания двух социальных тенденций, с особой силой проявившихся в XX веке, причем действующих не в чистом виде, а имеющих свои контртенденции. Первая из этих тенденций — чисто политическая. Это наблюдавшееся в связи с социалистическими революциями возрастание роли широких, «народных» масс в историческом развитии. Антипод этой тенденции — формирование «консервативной массы», в которой искали опору противники социализма. Вторая тенденция — реальный рост классовой поляризации, обострение социальных антагонизмов. Ее противоположность — дестратификация, т. е. сближение разных социальных групп и слоев общества.

В марксистской идеологии вообще считалось, что теории «массы» направлены прежде всего против революционных движений масс, рассматриваемых как «буйство толпы, сокрушающей ценности культуры». И это — несмотря на огромное внимание именно к «массам», а совсем не «классам», которое прослеживается во всех работах В. И. Ленина в революционный и постреволюционный периоды. В дореволюционных теоретических работах Ленин, строго опираясь на социологию К. Маркса, развивает теоретические классовые представления. Однако затем, столкнувшись с реальной революционной ситуацией (уже начиная с первой русской революции 1905 г.), он переходит к другой, явно более реалистической терминологии. Место классов занимают массы. Это объясняется тем, что в России того времени просто не было никаких «классов». Они существовали лишь в сознании теоретиков-марксистов. Эти самые «массы» и сделали революцию, приведя марксистов к власти. Однако революция побеждает, новая государственность укрепляется, в массы внедряется классовое сознание, и разговоры о массах остаются лишь в виде ритуальных деклараций о доминирующей роли народных масс в истории. На практике же они все больше заменяются массами

того или иного класса. В итоге, в работах марксистско-ленинских обществоведов позднего периода остаются исключительно классовые концепции, а все теории массы провозглашаются буржуазными.

Массы, приведя теоретиков классового подхода к власти, просто перестали для них существовать как на практике, так и в теории. Диктатура класса и господство классового подхода как бы «отменили» массы. Поэтому, собственно, в отечественных словарях практически и невозможно было найти внятного определения понятия «массы». Одновременно заявлялось, что «понимание категории «массы»» в буржуазной социологии крайне неопределенно из-за огромной пестроты в толковании этого понятия» (Ашин, 1990). Считалось, что это очень плохо. Более того, общей методологической установкой теорий массы называлось стремление исключить из социологического анализа классовые отношения, отношения собственности, ограничить его межличностными отношениями, перевести в русло частных эмпирических исследований, психологического редукционизма. Большим научным грехом считалось то, что по своему происхождению понятие «массы» было прежде всего социально-психологическим термином, выработанным в ходе эмпирических наблюдений за конкретными множествами индивидов (поведением толпы на улице, публики в театре и т. д.). «В каждом случае обращало на себя внимание возникновение некоторой психической общности, заставляющей людей вести себя иначе, чем в случае, если бы они действовали изолированно, и нередко примитивизирующей их поведение» (Ашин, 1990).

В дальнейшем эта эмпирическая констатация превращалась, по мнению Ашина, в абстрактную модель, которая прилагалась к самым различным сферам общественных отношений, к человеческим множествам, уже не являющимся непосредственно обозримыми, например к «народным массам» и революционным массовым движениям. Так складывались теории «массового общества» и, соответственно, развивалась их критика.

Теории «массового общества»

К теориям «массового общества» относится целый ряд социологических, социально-философских и философско-исторических, а также культурологических концепций. Они претендуют на описание и объяснение социальных и личностных отношений современного общества с точки зрения возрастания роли масс в истории, однако рассматривают этот процесс как преимущественно негативный, как своего рода патологию общества. Совпадая в основной посылке с марксистской идеей возрастания роли народных масс, эти теории кардинально расходились с ней в оценке последствий данного процесса.

Практически все эти теории считали «массовой» такую социальную структуру, в которой человек нивелируется, становясь безликим элементом социальной машины, подогнанным под ее потребности, ощущая себя жертвой обезличенного социального процесса. Истоки теорий массового общества — в уже упоминавшейся критике капитализма со стороны аристократии, утратившей в свое время сословные привилегии и оплакивавшей патриархальный жизненный уклад (Э. Берк, Ж. де Местр, а также кон-

сервативные романтики Франции и Германии XIX века). Соответственно, массовое общество и дальше рассматривалось как фатальное следствие индустриализации и урбанизации, которые оторвали общество от «доиндустриальных структур», разрушили «промежуточные отношения» — общину, цех и даже семью. Основой массового общества называлось массовое производство стандартизированных вещей и манипулирование вкусами и взглядами людей, их психологией.

Непосредственным предшественником этих теорий считается Ф. Ницше, утверждавший, что с определенных пор главную роль в обществе играет масса, преклоняющаяся перед всем заурядным. В определенной мере о том же писали Г. Лебон и Г. Тард. Первой попыткой создать целостную теорию «массового общества» стал ее «аристократический» или консервативный вариант, получивший наиболее законченное выражение в трудах Х. Ортеги-и-Гассета (Ортега-и-Гассет, 1989). Суть этой концепции проста. «Неблагодарные массы» вместо того, чтобы следовать за элитой, «рвутся к власти», хотя совершенно не обладают способностью управлять, и пытаются вытеснить элиту из ее традиционных сфер — политики и культуры. В этом, по мнению Ортеги-и-Гассета, и была главная причина катаклизмов XX века.

В середине XX века возникли два основных варианта теорий массового общества: либерально-критический (К. Маннгейм, Д. Рисмен, Э. Фромм) и леворадикальный (Р. Миллс (1959)). Острие их критики было направлено против бюрократизации и централизации власти, усиления контроля над личностью со стороны государственно-монополистической организации общества, против отчуждения, атомизации, конформизации людей.

В 1960-1970-е гг. американские социологи Д. Белл и Э. Шилз объявили теории массового общества «неоправданно критическими», дисфункциональными по отношению к существующей системе и попытались реструктурировать их, направив в русло официальной идеологии. Так, Шилз подчеркивал интеграцию уже далеко не «атомизированных», а адаптированных «народных масс» в систему социальных институтов «массового общества». Он полагал, что посредством массовых коммуникаций они усваивают нормы и ценности, создаваемые элитой, и общество движется по пути преодоления социальных антагонизмов. Развивая сходные представления, немецкий политолог Г. Шишков пояснял: масса существовала всегда, но только теперь стало «массовым» все общество; если раньше масса выступала как фрагмент общества, то в XX веке общество выступает как масса. Констатация этого, однако, была мало эвристичной. Данные концепции были подвергнуты резкой критике. После этого, по сути, наступил закат теорий «массового общества». Причиной этого была следующая принципиальная ошибка.

Дело в том, что само понятие «масса» было взято философами, политологами и социологами из социальной психологии. Оно было сформулировано на основе конкретных эмпирических наблюдений за ситуативно возникавшими (а значит, и ситуативно распадавшимися) множествами людей и стихийными формами их поведения. Стихийные — значит, неструктурированные, не закрепленные, неформализованные. Главная особенность «массы» — временность ее существования. «Масса» всегда функциональна, а не морфологична, динамична, а не статична. Наконец, масса возникает и функционирует на основе собственных внутренних, психологических, а не внешних (социологических, философских и т. п.) закономерностей, хотя в качестве предпосы-

лок ее возникновения все они, безусловно, могут выступать. Вот почему совершенно некорректно обсуждать «массы» и массовые явления в одном ряду с явлениями иного порядка — структурированными, закрепленными, формализованными, не стихийными.

Действительно, в отличие от социальных групп, больших и малых, всегда так или иначе организованных и структурированных, массы — это принципиально неорганизованные и неструктурированные субъекты общественной жизни. В любой малой группе есть лидер и ведомые. В большой социальной группе есть партия, политическое движение, профессиональный или корпоративный союз. Масса представляет собой нечто принципиально иное.

Роль масс в обществе становится заметной, когда рушатся групповые связи и межгрупповые границы, когда общество деструктурируется, переживая период своеобразного «социотрясения»[1]. Такое происходит в периоды крупных войн, социальных революций, политических переворотов, поспешных крупномасштабных социальных реформ. «Массы» — категория нестабильного, кризисного общества и «смутного» времени. Для анализа стабильного общества наиболее адекватны, например, понятия «группы», «страты», «классы» или «слои» населения. Вот почему В. И. Ленин, используя понятие «массы» для анализа революционного периода, применял совершенно разные категории, рассматривая стабильное (царская монархия) или стабилизирующееся (после прихода большевиков к власти и окончания гражданской войны) общество.

В организованном, структурированном обществе, в сознании и поведении образующих его людей существуют психологические границы, возникающие в связи с принадлежностью людей к тем или иным группам. Каждый знает свою «территорию» и редко может нарушить существующие границы. Однако стоит случиться какому-то крупному социально-политическому потрясению, как эти границы рушатся. Тогда люди образуют неструктурированную массу, а их психика и поведение приобретают дезорганизованный, стихийный, массовый характер.

Рассматривая примеры такого рода, Г. Лебон писал: «В морали, в религии, в политике нет уже признанных авторитетов... Отсюда происходит, что правительства вместо того, чтобы руководить общественным мнением, вынуждены считаться с ним и подчиняться непрестанным его колебаниям». В свою очередь, в подобных ситуациях массовое сознание, которое Лебон и именовал «общественным мнением», «знает крайние чувства или глубокое равнодушие. Оно страшно женственно и, как всякая женщина, отличается полной неспособностью владеть своими рефлекторными движениями. Оно беспрерывно колеблется по воле всех веяний внешних обстоятельств» (Лебон, 1898). В периоды таких «всплесков» и «колебаний» общественные институты становятся напрямую зависимыми от определяемых психологией масс процессов.

Стержневым элементом психологии масс является массовое сознание. Вместе с массовыми настроениями и различными иррациональными формами стихийного поведения оно определяет то, что в целом определяется как психология масс. Признав, что массы — явление функциональное, базирующееся на временном психологическом единстве образующих массу людей, мы признаем тем самым, насколько трудно «по-

[1] Термин предложен Б. А. Грушиным для описания социологии российских реформ 90-х гг.

щупать» массу и определить ее морфологически. Значит, единственно верным будет рассмотреть массу со стороны ее внутренних, функциональных психологических характеристик.

Массовое сознание

Массовое сознание — один из видов общественного сознания, наиболее реальная форма его практического существования и воплощения. Это особый, специфический вид общественного сознания, свойственный значительным неструктурированным множествам людей («массам»). Массовое сознание определяется как совпадение в какой-то момент (совмещение или пересечение) основных и наиболее значимых компонентов сознания большого числа весьма разнообразных «классических» групп общества (больших и малых), однако оно несводимо к ним. Это новое качество, возникающее из совпадения отдельных фрагментов психологии деструктурированных по каким-то причинам «классических» групп. В силу недостаточной специфичности источников своего появления и неопределенности самого своего носителя массовое сознание в основном носит обыденный характер.

С содержательной точки зрения, в массовом сознании запечатлены знания, представления, нормы, ценности и образцы поведения, разделяемые какой-либо возникающей по тем или иным обстоятельствам совокупностью индивидов — массой. Они вырабатываются в процессе общения людей между собой и совместного восприятия ими социально-политической информации (скажем, в ходе политического митинга). Согласно такому взгляду, массовое сознание отличает, во-первых, общесоциальная, а не только групповая типичность всех образующих его компонентов. Во-вторых, его отличает их общесоциальное признание, санкционированность той или иной достаточно массовой общностью. В этом смысле массовое сознание представляет собой надындивидуальное и надгрупповое по содержанию, но индивидуальное по форме функционирования сознание. Хотя массовое сознание и реализуется в массе индивидуальных сознаний, но оно не совпадает, с точки зрения содержания, с каждым из них в отдельности, с индивидуальным сознанием как таковым. Для зарождения и функционирования массового сознания совершенно не обязательна совместная деятельность членов общности («массы»), что традиционно принято считать обязательным для появления группового сознания.

Содержание массового сознания может быть определено практически как бесконечное, если попытаться предвосхитить все возможные варианты возникновения тех или иных значительных масс людей в рамках как отдельного общества, так и человеческой истории в целом.

По структуре, массовое сознание включает основной (первичный), эмоционально-действенный, и вторичный, рациональный уровни. В основе массового сознания обычно лежит яркое эмоциональное переживание некой социальной проблемы, вызывающей всеобщую озабоченность. Это может быть война, революция, масштабный экономический кризис и т. д. Крайняя степень переживания проблемы выступает как системообразующий фактор массового сознания. Такое переживание, проявляясь в

сильных эмоциях или чувствах, заслоняет собой все другие, привычные правила жизни — групповые нормы, ценности и образцы поведения. Оно порождает потребность в немедленных действиях — потому и определяется как эмоционально-чувственная основа (иногда — как «ядро») массового сознания. Когда объявляется война, например, у части людей (как раз и формирующей данную массу) возникает состояние своеобразной аномии, разрушения в сознании привычных норм поведения.

На основе «ядерного», базисного эмоционально-действенного уровня постепенно образуется более рациональный уровень. Он включает различные когнитивные компоненты — прежде всего, общедоступные знания, массово обсуждаемую и разделяемую информацию.

По своему психологическому составу рациональный уровень массового сознания включает в себя более статичные (типа оценок и ожиданий, ценностей и «общих ориентации») и более динамичные (типа массовых мнений и настроений) компоненты.

Внутри рационального уровня различаются три основных блока. Во-первых, это блок социальных ожиданий людей и оценок ими своих возможностей влиять на общественную систему в целях реализации имеющихся ожиданий. Во-вторых, различается блок быстро меняющихся мнений и, особенно, настроений людей — прежде всего, связанных с оценками ими текущего положения, правительства, лидеров, конкретных социально-политических акций и т. д. В-третьих, выделяется блок социально-политических ценностей, лежащих уже в основе достаточно осознанного политико-идеологического выбора (например, ценности справедливости, демократии, равенства, стабильности, порядка и т. д., или противоположные им). Эти ценности определяют итоговое отношение массового сознания к происходящему.

Рациональный уровень массового сознания, как правило, представляет собой отражение распространяемых через слухи или официальные средства массовой информации «массово необходимых» сведений.

Действенным проявлением массового сознания является массовое поведение, однако не всякое, а в основном стихийное — неорганизованное, но одинаковое и относительно необычное внегрупповое поведение больших масс людей, ситуативное и временное, связанное с особыми обстоятельствами. Примерами стихийного массового поведения являются, например, стихийная массовая агрессия в периоды войн и политических потрясений или, напротив, стихийная массовая паника, связанная с поражениями в войнах и восстаниях.

В первую очередь массовое поведение зависит от того, какой из двух основных уровней (эмоционально-действенный или рациональный) возобладает в массовом сознании. В зависимости от этого оно будет более или менее стихийным или управляемым. Во вторую очередь оно зависит от эффективности (объема и качества) самого внешнего воздействия, оказываемого на массовое сознание. В принципе, до определенных моментов массовое сознание (и, соответственно, поведение массы) обычно податливо по отношению к внешним воздействиям.

Основные характеристики (свойства) массового сознания уже описаны в литературе. Оно эмоционально, заразительно, мозаично, подвижно и изменчиво. Оно всегда конкретно. Как правило, оно неоднородно, аморфно, противоречиво, лабильно и размыто. Когда единичный субъект, как полагал Х. Ортега-и-Гассет, становится частью массы, он неизменно подпадает под власть определенных, а именно инстинктив-

ных, иррациональных страстей, темных импульсных реакций. Интеллекту, разуму, логической аргументации вовсе нет места в массовой психологии. 3. Фрейд утверждал: «Масса импульсивна, изменчива и возбудима. Ею почти исключительно руководит бессознательное» (Фрейд, 1969).

Эти свойства связаны со свойствами самого субъекта массового сознания. Реальная диалектика взаимосвязи «массы» и ее сознания такова, что возникающие обычно основы массового сознания сами формируют свою массу, которая, в свою очередь, в дальнейшем формирует свое сознание. Как верно писал Б. А. Грушин, «нет недостатка в эмпирических доказательствах того ежедневно и повсеместно наблюдаемого факта, что массовое сознание обнаруживает безусловную способность к «самопорождению», к спонтанному возникновению и изменению в процессе и результате непосредственно-практического освоения массами их «ближайшего» общественного бытия» (Грушин, 1987).

Так, американские исследователи убеждены: «вслед за изменениями объективных условий социальной жизни происходит смещение очагов наибольшего беспокойства в сознании людей, в общественной психологии» («Американское общественное мнение и политика», 1978). И, соответственно, наоборот: сознание реконструирует бытие.

Проблема формирования и функционирования массового сознания до недавнего времени рассматривалась в рамках жесткой дихотомии «или-или»». Массовое сознание либо трактовалось как подчиняющееся собственным законам возникновения и развития, либо представлялось как управляемое извне, прежде всего идеологическими средствами. Подобная абсолютизация была явно непродуктивной в отличие от более диалектического подхода. Последний предполагает, что массовое сознание возникает не просто в силу сходства условий, в которых живут и действуют многочисленные «массовые индивиды», не в силу одной лишь «одинаковости» их индивидуального опыта. Согласно этому подходу, оно возникает в силу того, что люди всегда, тем или иным образом, непосредственно или опосредованно, даже в отсутствие непосредственно совместной деятельности, все-таки взаимодействуют друг с другом в пространстве и времени. В ходе такого взаимодействия они совместно вырабатывают общие представления, чувства, мнения, фантазии и т. д. — компоненты общего для них массового сознания. С этой точки зрения, процесс образования, возникновения массового сознания точнее всего передается терминами «порождение», «производство», «продуцирование», охватывающими обе стороны взаимосвязи — и внешние условия, и закономерности саморазвития массового сознания. В данной трактовке массовое сознание рассматривается как результат попытки масс осмыслить реалии собственной жизни и тех условий, в которых эта жизнь протекает.

Развитие массового сознания зависит от масштаба охвата людей общими психическими состояниями. Созревая первоначально в рамках традиционно выделяемых групп, отдельные компоненты массового сознания могут распространяться, захватывая представителей других групп и слоев общества и увеличивая тем самым массу, а могут, напротив, и сокращаться, сужая размеры субъекта массового сознания и поведения.

Такая размытость границ субъекта весьма осложняет создание типологии массового сознания. В качестве оснований для его дифференциации на какие-то самостоятельно существующие типы в свое время предлагались следующие свойства:

1) «общий и актуальный мыслительный потенциал» (объем всевозможных позитив ных знаний, которыми в принципе располагают те или иные массы и которые они практически используют в своей жизнедеятельности);
2) «пространственная распространенность» (формат захватываемой им массы);
3) темпоральность (устойчивость или неустойчивость во времени);
4) степень связности (противоречивости или непротиворечивости);
5) управляемость («удельный вес» и пропорции, соотношение входящих в массовое сознание стихийных и институционализированных форм);
6) уровень развития (высокий — низкий, развитое — неразвитое и т. д.);
7) характер выраженности (сильный, средний, слабый);
8) особенности используемых языковых средств (более или менее экспрессивных, включающих сугубо литературные или, также, и нелитературные компоненты).

В качестве возможных критериев для более практической типологии массового сознания исследователями предлагались не только содержательно-аналитические, но и оценочно-политические критерии. Например, как уже отмечалось, российскими политиками в начале XX века выделялись такие разновидности массового политического сознания, как сознание «просвещенное» и «темное», «прогрессивное» и «реакционное», «удовлетворенное» и «неудовлетворенное». Позднее учеными и политиками подразделялись варианты, находящиеся в различных отношениях к официальным позициям, структурам власти и символам пропаганды (скажем, «критическое» или, напротив, «конформистское» массовое сознание).

Однако все такие попытки создания типологии затрагивали лишь частные аспекты тех или иных проявлений конкретных вариантов массового сознания, тогда как в действительности оно представляет собой не плоскостное, а объемное, многомерное образование. В связи с этим оно может быть описано лишь в пространственной системе координат, т. е. путем одновременного построения нескольких взаимодополняющих типологий и использования не одного, а нескольких коррелятивных параметров, позволяющих в совокупности высветить моделируемое массовое сознание под разными углами и построить, за счет этого, его наиболее адекватную, в частности, сферическую модель.

Примером создания такой типологии является опыт исследования массового политического сознания в США 70-х гг. XX в., в котором было выделено 12 «матричных» параметров. С их помощью одновременно учитывались различные признаки содержания, строения и функционирования такого массового сознания. В соответствии с этими параметрами были выделены либерал-технократический, либерал-реформистский, либертаристский, традиционалистский, неоконсеровативный, радикал-либертаристский, радикал-эскапистский, правопопулистский, радикал-демократический, радикал-бунтарский, радикал-романтический и радикал-социалистический типы массового политического сознания[1].

Оценка и дифференциация содержания массового сознания, в обобщенном виде, возможна на основе совокупности трех основных характеристик. Во-первых, наличный (средний) уровень развития сознания масс в обществе. Он включает не только когнитивные элементы (объем знаний и суждений, способности суждения масс о тех

[1] Подробнее см.: Современное политическое сознание в США. М., 1980.

или иных социально-политических явлениях и процессах), но и направленность чувств и фантазий, способности эмоционально реагировать на окружающую действительность. Во-вторых, диапазон и направленность потребностей, интересов, а также запросов, отличающих условия жизни масс в обществе. Наконец, в-третьих, диапазон информации, в массовом масштабе циркулирующей в обществе, в том числе специально направляемой на массовое сознание через многочисленные каналы воспитательных и образовательных институтов и средства массовой информации.

Главная трудность анализа генезиса и процессов функционирования массового сознания заключается в том, что описать эти явления можно только на достаточно конкретном уровне, постоянно имея в виду конкретные особенности субъекта массового сознания, его содержание, условия возникновения, испытываемые влияния и т. д. Одновременно описание должно быть основано на достаточно фундаментальном аналитическом уровне. Решение данной задачи связывается с рассмотрением различных макроформ, в которых существует, функционирует и развивается массовое сознание — типа массовых настроений и, отчасти, общественного мнения. Такие макроформы служат своеобразными «ядрами» тех или иных «полей» массового сознания. «Поля» же эти состоят из широких совокупностей разнообразных образов, знаний, мнений, волевых импульсов, чувств, верований и т. п. Такие «ядра» связывают различные компоненты массового сознания в некое единое, относительно самостоятельное целое и тем самым обеспечивают его социально-политическое функционирование.

В качестве макроформ массового сознания в определенные периоды развития выступают общественное мнение и массовые настроения. Общественное мнение — состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение той или иной общности, или совокупности общностей, к происходящим событиям и бытующим явлениям. Общественное мнение выступает в экспрессивной, контрольной, консультативной и директивной функциях. То есть оно занимает определенную позицию, дает совет или выносит решение по тем или иным проблемам. В зависимости от содержания высказываний общественное мнение выражается в оценочных, аналитических, конструктивных или подчас деструктивных суждениях. Обычно общественное мнение регулирует поведение людей, социальных групп и политических институтов в обществе, вырабатывая или ассимилируя (заимствуя из сферы науки, идеологии, религии и т. п.) и насаждая определенные нормы общественных отношений. В зависимости от знака высказываний общественное мнение выступает в виде позитивных или негативных суждений.

Общественное мнение действует практически во всех сферах жизни общества. Вместе с тем границы его суждений достаточно определенны. В качестве объекта высказываний выступают лишь те факты и события действительности, которые вызывают общественный интерес, отличаются значимостью и актуальностью. Если в стабильные периоды развития субъект общественного мнения обычно четко ограничен рамками принадлежности к тем или иным группам, то кризисное политическое развитие разрушает эти рамки.

Тогда общественное мнение способно обобщить те или иные индивидуальные и групповые мнения, нивелировать характерные для них специфические различия и образовать тем самым массу людей, придерживающихся единого, теперь уже в широ-

ком смысле, общественного мнения. Такое массовое общественное мнение и становится макроформой массового сознания. В качестве более или менее стихийного поведения оно проявляется в более легитимных (выборы органов власти, референдумы, средства массовой информации, социологические опросы и т. д.) или менее легитимных (митинги, манифестации, акции протеста, восстания и т. д.) формах.

История изучения массового сознания достаточно сложна и противоречива. Как уже говорилось, проблема реального «массового сознания» и его особого носителя, «массового человека», возникает в жизни, а затем и в науке на рубеже XVIII — XIX веков. До XVIII века включительно господствовали концепции, согласно которым общество представляет собой скопление автономных индивидов, действующих самостоятельно, руководствуясь собственным разумом и чувствами.

Хотя подспудно массовизация общественного сознания начиналась и раньше, до определенного времени она носила локальный характер. Это было связано с недостаточной плотностью расселения людей. Невозможно наблюдать действительное «массовое» сознание в обществе, население которого расселено исключительно по небольшим деревням и феодам. Отдельные вспышки относительно массовой психологии стали наблюдаться по мере разрастания средневековых городов. «Из-за постоянных контрастов, пестроты форм всего, что затрагивало ум и чувства, средневековая жизнь возбуждала и разжигала страсти, проявляющиеся то в неожиданных взрывах грубой необузданности и звериной жестокости, то в порывах душевной отзывчивости, в переменчивой атмосфере которых протекала жизнь средневекового города» (Хейзинга, 1988). В городах такие проявления обыденного сознания неизбежно носили уже достаточно массовый характер.

Однако это были лишь предварительные формы, начало массовизации. Прав А. Я. Гуревич, когда пишет: «Конечно, если мы станем искать в высказываниях ведущих теологов и философов Средневековья непосредственное выражение массового сознания и вознамеримся по ним судить о настроениях и воззрениях «среднего человека», мы впадем в глубочайшее заблуждение» (Гуревич, 1981). Ни само общество, ни его тогдашние «теоретические представители» не могли осознать и сформулировать реальное состояние психологии населения. Хотя именно тогда массовое сознание, отличавшееся особым доминированием иррациональных форм, с большой силой уже проявлялось даже в политике.

«Без сомнения, — пишет Хейзинга, — тот или иной элемент страсти присущ и современной политике, но, за исключением периодов переворотов и гражданских войн, непосредственные проявления страсти встречают ныне гораздо больше препятствий: сложный механизм общественной жизни сотнями способов удерживает страсть в жестких границах. В XV веке внезапные эффекты вторгаются в... жизнь в таких масштабах, что польза и разум все время отодвигаются в сторону» (Хейзинга, 1988). Однако вплоть до конца XVIII века все эти эффекты все-таки носили достаточно частный, локальный характер.

На рубеже XVIII-XIX веков ситуация кардинально изменилась. Промышленная революция и начавшаяся урбанизация привели к появлению массовых профессий и, соответственно, к массовому распространению ограниченного числа укладов жизни. Снижение доли ремесленничества и нарастающее укрупнение производства неизбежно вели к деиндивидуализации человека, к типизации его психики, сознания и пове-

дения. Разрастание крупных городов и усиление миграции в них людей из аграрных провинций с разных концов той или иной страны, а подчас и сопредельных стран, вели к смешению национально-этнических групп, постепенно размывая психологические границы между ними. В то же время большие социально-профессиональные группы еще только формировались. Соответственно, шла стихийная крупномасштабная социальная реформа, первоначальный этап которой как раз и характеризовался деструктуризацией привычных психологических типов и появлением новых, еще неструктурированных и потому размытых «неклассических» форм общественного сознания. Так стало очевидным появление принципиально нового явления, которым и занялась наука.

Формально словосочетание «массовое сознание» стало встречаться в научной литературе начиная с середины XIX века.Оно особенно распространилось к концу данного столетия, хотя носило еще описательный, скорее образный характер, в основном лишь подчеркивая масштабы проявлявшихся психологических явлений. До этого вообще преобладало обобщенное понятие «психология масс». Считающиеся классическими труды Г. Тарда, Г. Лебона, Ш. Сигеле и У. Макдауголла, появившиеся на рубеже XIX-XX веков и посвященные отдельным конкретным проявлениям психологии масс (прежде всего, психологии толпы), носили лишь отчасти психологический, а больше общесоциологический и даже научно-публицистический, чем аналитический характер.

Более или менее определенное употребление понятия «массовое сознание» в качестве специального научного термина началось лишь в 20-30-е гг. XX столетия, хотя и тогда это долгое время оставалось на уровне беглых упоминаний и несопоставимых между собой, крайне многообразных трактовок. Затем наступила продолжительная пауза в исследованиях. В западной науке это определялось тем, что массовая психология как таковая стала исчезать: общество структурировалось, а культ «свободного индивида» предопределял доминирование индивидуальной психологии. Прежние массы как бы «рассыпались», превращаясь, по Д. Рисмену, в «толпы одиноких». С исчезновением же феномена минимизировались и попытки его изучения. В итоге, западные исследователи так и не смогли договориться о смысле понятия «массы», лежащего в основе исследования массового сознания.

В отечественной науке сложилось иное, хотя и во многом аналогичное положение. Структурирование общества по социально-классовому признаку привело к абсолютизации роли классовой психологии. Она подменила собой и массовое, и индивидуальное сознание. Соответственно, и здесь массовая психология как таковая исчезла из поля зрения исследователей.

Во второй половине 60-х гг. XX столетия понятие «массовое сознание» пережило своеобразное второе рождение в отечественном обществознании, хотя это был кратковременный период. Лишь начиная со второй половины 80-х гг. можно отметить новый прилив исследовательского интереса к данному феномену. Но до сих пор недостаточное внимание к нему объясняется, как минимум, двумя причинами. Во-первых, объективные трудности изучения массового сознания. Они связаны с самой его природой и свойствами, плохо поддающимися фиксации и описанию, что делает их трудноуловимыми с точки зрения строгих операциональных определений. Во-вторых, трудности субъективного характера, прежде всего в отечественной науке, все еще связанные с доминированием догматизированных социально-классовых представле-

ний, а также недостаточной разработанностью терминологического аппарата, что продолжает сказываться до сих пор.

В итоге, как в зарубежной, так и отечественной научной литературе, посвященной различным сторонам явления массовизации психики и массовой психологии в целом, до сих пор нет крупных работ, в которых специально рассматривалась бы психология массового сознания. Бытующие ныне в науке взгляды можно объединить в два основных варианта.

С одной стороны, массовое сознание — это форма общественного сознания, заметно проявляющаяся лишь в бурные, динамичные периоды развития общества. В такие периоды у общества обычно нет интереса к научным исследованиям. В обычные же, стабильные периоды развития массовое сознание функционирует на малозаметном, обыденном уровне. При этом существенно, что оно может одновременно включать в себя отдельные компоненты разных типов сознания. Например, сознание классических групп социально-профессионального характера, составляющих собой социальную структуру общества (что обычно имеет приоритетный характер, и в первую очередь фиксируется теоретиками). Оно может включать и некоторые иные типы сознания, присущие специфическим множествам индивидов, объединяющим представителей различных групп, но в то же время не имеющим отчетливо группового характера. Обычно это обыденное сознание, не имеющее четкой социальной специфики, например «сознание» очереди за дефицитным товаром в условиях «развитого социалистического общества». Согласно данной точке зрения, проявления массового сознания носят в значительной мере случайный, побочный характер и выступают в качестве признаков временного, несущественного стихийного варианта развития.

С другой стороны, массовое сознание рассматривается как достаточно самостоятельный феномен. Тогда это сознание вполне определенного социального носителя («массы»). Оно сосуществует в обществе наряду с сознанием классических групп. Возникает оно как отражение, переживание и осознание действующих в значительных социальных масштабах обстоятельств, в том или ином отношении общих для членов разных социальных групп, оказывающихся тем самым в сходных жизненных условиях и уравнивающих их в том или ином плане. Согласно данной логике, массовое сознание оказывается более глубинным образованием, отражением действительности «первичного порядка», которое лишь потом обретает необходимые психологические признаки социальной определенности.

О тотальном, в рамках всего общества, массовом сознании можно говорить, лишь подразумевая какое-то конкретное явление, всеобъемлюще захватывающее практически всех членов общества и приводящее их в том или ином измерении сознания к некоему «общему знаменателю». Пример такого рода демонстрирует проведенный в свое время К. Марксом анализ массовизации производительных сил, а вместе с этим и производственных отношений, и всей психики людей в ходе промышленной революции Аналогичные реакции и последствия вызывают подчас глобальные катастрофы, прямо или косвенно вовлекающие подавляющее большинство членов общества. Специфическими примерами формирования массового сознания является также действие средств массовой коммуникации и пропаганды. Совершенно особое явление подобного рода — массовая мода, могущая за предельно короткое время захватывать огромные массы людей. Пример из иной сферы, однако также демонстрирующий специфические механизмы массовизации психики, — психология религии. В целом,

в ситуациях названного типа доминирующим содержанием сознания значительных масс людей становятся мысли, чувства и переживания, связанные с тем, что составляет содержание массового сознания на данный момент.

Массы

При возникновении ряда физических (стихийные бедствия), социальных (общественные катаклизмы) или политических (войны, перевороты) обстоятельств «особого рода», связанных с уменьшением, по каким-либо причинам, влияния принадлежности людей к классическим группам, массовое сознание приобретает ведущую роль. Специфические признаки массового сознания можно выделить, рассматривая его с точки зрения особенностей его субъекта. Ведь массовое сознание — это сознание определенного носителя («массы»), возникающее вследствие отражения общих обстоятельств, действующих в значительных масштабах и в чем-то уравнивающих людей. *Массы как носители массового сознания,* по определению Б. А. Грушина, — это «ситуативно возникающие (существующие) социальные общности, вероятностные по своей природе, гетерогенные по составу и статистические по формам выражения (функционирования)» (Грушин, 1987). При некоторой психологической неполноте данное определение позволяет четко разграничить массу и группы. Кроме того, оно дает возможность подойти к пониманию некоторых важных качеств массового сознания.

Основные виды масс выделяются по ряду ведущих признаков. Соответственно, массы делятся на: 1) большие и малые; 2) устойчивые (постоянно функционирующие) и неустойчивые (импульсные); 3) сгруппированные и несгруппированные, упорядоченные или неупорядоченные в пространстве; 4) контактные и неконтактные (дисперсные); 5) спонтанные, стихийно возникающие, и специально организуемые; 6) социально однородные и неоднородные. Однако это — всего лишь теоретическое разделение.

В практике социально-политической борьбы за власть в кризисные периоды, особые виды и разновидности масс выделял В. И. Ленин, исходя из реалий России в начале XX века. Во-первых, он различал: прогрессивные, или революционные, массы в противоположность консервативным, реакционным, или антиреволюционным, а также нейтральные, не определившиеся массы. Во-вторых, в его работах присутствуют массы активные, действующие, борющиеся и пассивные, бездеятельные, «сонные», выжидающие. В-третьих, выделялись сплоченные массы, дисциплинированные, самостоятельные и распыленные, неорганизованные, анархичные. Наконец, в-четвертых, были описаны массы решительные и нерешительные; экстремистские и робкие. При всей образности таких характеристик они были достаточны для принятия политических решений и осуществления эффективных на определенных этапах политических действий[1].

[1] Подробнее эти сюжеты и деятельность В. И. Ленина как практического психолога были подробно исследованы Б. Ф. Поршневым см.: *Поршнев Б. Ф.* Социальная психология и история. М., 1979.

Достаточны они были и для последующих политических оценок. В дневнике Л. Д. Троцкого есть запись от 26 ноября 1926 г.: «Октябрьская революция больше, чем какая бы то ни было другая, пробудила величайшие надежды и страсти народных масс... Но в то же время масса увидела на опыте крайнюю медлительность процесса улучшения... она стала осторожнее, скептичнее откликаться на революционные лозунги... Такое настроение, сложившееся после гражданской войны, является основным политическим фоном картины жизни. На это настроение опирается бюрократизм как элемент "порядка" и "спокойствия". Об это настроение разбились попытки оппозиции поставить перед партией новые вопросы» (Троцкий, 1986).

В собственно научном плане конкретные наблюдения и эмпирические исследования позволяют прийти к трем основным конкретным разновидностям «массы», встречающимся на практике. Во-первых, это толпа. Как справедливо писал X. Ортега-и-Гассет (1989), «толпа — понятие количественное и видимое. Выражая ее в терминах социологии, мы приходим к понятию социальной массы» (добавим: и социально-психологической тоже).

Во-вторых, это так называемая «собранная публика» — от зрителей в театре до участников политических митингов — «скопление некоторого количества людей, испытывающих сходное ожидание определенных переживаний или интересующихся одним и тем же предметом. ...Сходство установок, ориентации и готовности к действию — основа объединения публики. ...Под влиянием воздействия на всех одних и тех же стимулов (фильм, театральная постановка, лекция или дискуссия) в среде публики образуются определенные сходные или общие реакции» (Щепаньский, 1969).

Наконец, в-третьих, это «несобранная публика», к которой относится часть электоральных масс, возникающих под влиянием политической рекламы, или, что почти одно и тоже, масс поклонников кумиров современной культуры — особенно музыки. «"Несобранная публика" — это лишь "поляризованная масса", то есть большое число людей, мышление и интересы которых ориентированы идентичными стимулами в одном направлении, людей, проживающих не "друг с другом", а "друг около друга"» (Щепаньский, 1969).

Все остальные виды масс носят еще более сложный и менее конкретный, скорее виртуальный, чем реальный характер. Тем не менее психология масс устроена так, что существующее сегодня в виде совершенно виртуальных образований (скажем, массы «населения мятежной территории») уже завтра может обернуться толпами погромщиков или «восставшими массами».

Среди качеств массы важнейшими являются следующие. Во-первых, это статичность — то есть аморфность массы, ее несводимость к самостоятельному, системному, структурированному целостному образованию (группе), отличному от составляющих массу элементов. Во-вторых, это ее стохастичная, вероятностная природа, то есть открытость, размытость границ, неопределенность состава массы в количественном и качественном отношении. В-третьих, это ситуативность, временность ее существования. Наконец, в-четвертых, выраженная гетерогенность состава массы.

Массовое сознание — это своего рода внеструктурный «архипелаг» в социально-групповой структуре общественного сознания, образование не устойчивое, а как бы «плавающее» в составе более широкого целого. Сегодня этот архипелаг может включать одни острова, но уже завтра — совсем другие. Это особого рода, как бы «надгрупповое» сознание. Оно представляет собой ситуативное производное от общественно-

го сознания, трактуемого как совокупность сознаний основных групп, образующих социальную структуру общества, но с уже разрушенными границами внутри такого сознания.

Эффективность воздействия на массу обусловлена несколькими причинами. Представляя собой в целом несистематизированное, неструктурированное, как бы мозаичное образование, она испытывает своеобразную потребность в упорядочивании извне. Еще 3. Фрейд писал: «Масса легковерна и чрезвычайно легко поддается влиянию, она некритична, неправдоподобного для нее не существует. Она думает образами, порождающими друг друга ассоциативно, — как это бывает у отдельного человека, когда он свободно фантазирует, — не выверяющимися разумом на соответствие с действительностью. Чувства массы всегда весьма просты и весьма гиперболичны... Масса немедленно доходит до крайности, высказанное подозрение сразу же превращается у нее в непоколебимую уверенность, зерно апатии — в дикую ненависть» (Фрейд, 1959).

Соответственно указанным причинам выстраиваются и механизмы воздействия на массу: «Склонную ко всем крайностям массу и возбуждают тоже лишь чрезмерные раздражения. Тот, кто хочет на нее влиять, не нуждается в логической проверке своей аргументации, ему подобает живописать ярчайшими красками, преувеличивать и всегда повторять то же самое. Так как масса в истинности или ложности чего-либо не сомневается и при этом сознает свою громадную силу, она столь же нетерпима, как и подвластна авторитету. Она уважает силу... От своего героя она требует силы, даже насилия. Она хочет, чтобы ею владели и ее подавляли, хочет бояться своего господина. Будучи в основе своей вполне консервативной, у нее глубокое отвращение ко всем излишествам и прогрессу и безграничное благоговение перед традицией» (Фрейд, 1959).

Еще более жесткие требования по части воздействия на массу выдвигал X. Ортега-и-Гассет: «Масса людей не имеет мнения. Народ никогда не имел никаких идей; он не обладает теоретическим пониманием бытия вещей. Неприспособленность к теоретическому мышлению мешает ему принимать разумные решения и составлять правильные мнения. Поэтому мнения надо втискивать в людей под давлением извне, как смазочное масло в машину» (Ortega у Gasset, 1959).

В истории существует много примеров того, как именно растерянным массовым сознанием овладевали «сильные личности», на «волне» такого сознания приходя к власти. Массовое сознание подчас даже готово ждать такого структурирующего воздействия извне, давая лидерам своего рода «фору» для осмысления события. После нападения Германии и начала Великой Отечественной войны в 1941 г., население СССР почти две недели ждало выступления И. В. Сталина. И это выступление позволило, как известно, рационализировать и структурировать поначалу совершенно деструктурированное сознание. Еженедельные выступления Ф. Д. Рузвельта по радио позволили структурировать массовое сознание Америки в период «Великой депрессии» — крупномасштабного экономического кризиса.

Однако податливость таким воздействиям сохраняется сравнительно недолгое время. Стоит его упустить, как массовое сознание становится неуправляемым. Тогда действие рационального уровня ослабевает, и массовое поведение начинает определяться целиком эмоционально-действенным уровнем. Тогда оно становится в полной мере стихийным и уже практически неуправляемым.

В свое время, занимаясь проблемой реструктуризации массового поведения из стихийного в более организованное, У. Макдауголл (McDougall, 1920) считал необходимыми для этого пять условий. Во-первых, необходима известная степень постоянства состава массы. Во-вторых, требуется, чтобы отдельные индивиды массы составили себе определенное представление о природе, функциях, достижениях и требованиях этой массы. В-третьих, чтобы масса вступила в конкурентные отношения с другими сходными, но в чем-то отличными от нее общностями. В-четвертых, желательно наличие в массе традиций, обычаев и норм взаимоотношений ее членов между собой. Наконец, в-пятых, наличие в массе подразделений, то есть введение специализации и дифференциации деятельности входящих в нее индивидов. Понятно, что при наличии данных пяти условий, любая масса превратится в организованную социальную группу.

Однако это — теоретическая модель реструктуризации массы. На практике обычно все бывает значительно проще. В ходе Второй мировой войны, например, для реструктуризации обращенных в паническое бегство масс военнослужащих Красной Армии использовались так называемые «заградотряды». То, что только страх реально способен остановить такие массы, доказал еще Юлий Цезарь. Как известно, он активно использовал на практике децимацию — казнь каждого десятого из обратившегося в бегство легиона. Так что теория теорией, а реальное бытие психологии масс — это совершенно особая статья.

Основные выводы

1. Анализ показывает сложность и недостаточную разработанность понятия «массы» в науке. В свое время оно возникло как попытка противопоставить массы простых людей той правящей элите, которая управляла обществом. Долгое время дело ограничивалось публицистическими описаниями конкретных событий, когда толпы людей меняли общественное устройство и сам ход истории. Однако попытки выстроить целостную теорию масс не увенчались успехом: в основном, их авторы критиковали друг друга. Так возникло многообразие в трактовке масс и порождаемого ими массового общества.
2. Главное отличие масс от классически выделяемых социальных групп, страт, классов и слоев общества заключается в наличии особого, самопорождающегося, неорганизованного и плохо структурированного массового сознания. Это обыденная разновидность общественного сознания, объединяющая представителей разных классических групп общими переживаниями. Такие переживания возникают при особых обстоятельствах, объединяющих членов разных групп и одинаково для них значимых, причем настолько значимых, что эти переживания приобретают надгрупповой характер.
3. В отличие от классических групп, устойчивых и структурированных, массы выступают как временные, функциональные общности, разнородные по составу, но объединенные значимостью психических переживаний входящих в них людей. Общность переживаний в массе становится более важной, чем все параметры приобщения к классическим социальным группам. Массы подразделяются в зависи-

мости от основных своих особенностей. К главным особенностям, различающим массы между собой, относятся их размеры, устойчивость их существования во времени, степень компактности их нахождения в социальном пространстве, уровень сплоченности или рассеянности, преобладание факторов организованности или стихийности в возникновении массы.

4. Масса всегда изменчива и ситуативна. Ее психология определяется масштабом событий, вызывающих общие психические переживания. Массовое сознание мо жет распространяться, захватывая все новых людей из разных классических групп, а может и сужаться, уменьшая размеры массы. Такая динамичность разме ра и изменчивость границ массы затрудняет создание типологии массового созна ния. Единственным продуктивным выходом считается построение комплексных, многомерных, сферических моделей массового сознания. Только на пересечении разных координат можно вычленить разные реально существующие типы массо вого сознания.
5. К основным психологическим свойствам массового сознания относятся эмоцио нальность, заразительность, мозаичность, подвижность и изменчивость. В каче стве ведущих макроформ массового сознания выделяются общественное мнение и массовые настроения.

Человек **в массе**

Индивид и масса: что первично? Я Влияние массы на индивида. Ж феномен обезличивания, il «Мы» и «они», «вы» и «ты», «он» и «я». Ш Масса и ее вожаки. • Распад массы: освобождение индивида.

Принято считать, что отдельный человек, индивид, и массы — это как бы два противоположных полюса на шкале социально-психологического знания. Соответственно, между ними существует множество различий, так как масса представляет собой некое новое целое, несводимое к сумме входящих в нее людей. По законам системного подхода, сформулированным еще Л. фон Берталланфи, система не равна сумме своих составляющих. Каждая новая человеческая система, группа или масса, образует новое социально-психологическое качество, которое можно понять только через рассмотрение этой системы, но не через исследование отдельных индивидов. В общем виде это, безусловно, верно. Но научный анализ не имеет права упускать из вида ни новое возникающее образование (разумеется, с целой совокупностью принципиально новых психологических качеств), ни его отдельные слагаемые, обладающие собственной психологией. Применительно к нашей теме это означает, что масса состоит из индивидов, а индивиды образуют массу.

Индивид и масса неразрывно связаны. Отдельные индивиды складываются в массу, которая влияет на них, изменяя их сознание и поведение. Диалектический подход настаивает на «парности», неразрывности этих категорий. Нельзя понять массу, игнорируя индивидуальную психологию входящих в нее людей. Но точно так же нельзя понять индивида, игнорируя их свойство образовывать массы. Поэтому проблема, вынесенная в название главы, требует своего рассмотрения, как минимум, с двух сторон. Только такой подход дает возможность понять два феномена во взаимосвязи и взаимозависимости: ведь на самом деле и масса влияет на входящих в нее индивидов, и индивиды влияют на массу. Тем самым они активно видоизменяют друг друга.

Однако исторически сложилось так, что абсолютное большинство исследователей всех времен и народов рассматривало проблему только с одной стороны — со стороны влияния массы на индивида. Причем это влияние, в основном, рассматривалось как процесс некоего «оболванивания» в целом «хорошего» индивида какой-то заведомо «плохой» массой. Все объяснялось достаточно просто: «Индивид, даже не испытывая на себе психического давления со стороны других, лишь на основе восприятия их поведения заражается этим поведением, подчиняется и следует ему. Разумеется, возможно и неподчинение, но оно должно быть рационально объяснено индивидом самому себе. (А этого, как мы увидим дальше, масса как раз и не дает сделать, резко снижая уровень рационального мышления индивида. —*Д. О.)* В противном случае оно

неизбежно вызовет внутреннее беспокойство, дополняемое работой воображения относительно возможной низкой оценки своей личности другими» (Социальная психология, 1975).

Это называлось процессом массовизации индивидуальной психики и носило негативный оценочный оттенок. Наша задача состоит в том, чтобы избавиться от этого оценочного оттенка, объективно рассмотрев психологическую взаимозависимость этих двух сложнейших феноменов: индивидуальной и массовой психики. На самом деле их взаимоотношения далеко не столь драматичны, как иногда представляются. Прав был З. Фрейд, утверждавший, что «противопоставление индивидуальной и социальной или массовой психологии, которое на первый взгляд может показаться столь значительным, многое из своей остроты при ближайшем рассмотрении теряет» (Фрейд, 1969).

Индивид и масса: что первично?

Г. Лебон писал: «В психологической массе самое странное следующее: какого бы рода ни были составляющие ее индивиды, какими схожими или несхожими ни были бы их образ жизни, занятие, их характер и степень интеллектуальности, но одним только фактом своего превращения в массу они приобретают коллективную душу, в силу которой они совсем иначе чувствуют, думают и поступают, чем каждый из них в отдельности чувствовал, думал и поступал бы. Есть идеи и чувства, которые проявляются или превращаются в действие только у индивидов, соединенных в массы. Психологическая масса есть провизорное существо, которое состоит из гетерогенных элементов, на мгновение соединившихся, точно так же, как клетки организма своим соединением создают новое качество с качествами совсем иными, чем качества отдельных клеток» (Le Bon, 1895). Здесь хорошо отражена диалектика, особенно в последней фразе. Однако до этого жестко постулируется: «одним только фактом своего превращения в массу они приобретают коллективную душу». То есть индивид и масса существуют отдельно друг от друга.

З. Фрейд пытался расшифровать то, что происходит с индивидом в массе, по-своему. «В массе, по мнению Лебона, стираются индивидуальные достижения отдельных людей и тем самым исчезает их своеобразие... Мы сказали бы, что сносится, обессиливается психическая надстройка, столь различно развитая у отдельных людей, и обнажается (приводится в действие) бессознательный фундамент, у всех одинаковый» (Фрейд, 1969). Итак, некая антииндивидуальная масса заманивает в себя индивидов и разрушает («сносит», «обессиливает») их психику. Однако остается без ответа вопрос, почему это происходит.

Не будем дискутировать с классиками по поводу использования термина «коллективная душа» и организмических взглядов, отражающих состояние науки того времени. Зададимся рядом других вопросов, которые почему-то не нашли должного освещения в прежних исследованиях психологии масс. Как и прочему возникает масса? Как, психологически, индивид становится членом массы? Сам ли он идет в нее, добровольно, или, как считали многие, просто увлекается этой массой, вовлекающей в

себя всех индивидов, встречающихся на ее пути? Что происходит с обычным, нормальным индивидом, когда он сталкивается с некой массой? То, что происходит потом, когда он уже стал членом массы, исследовано давно и достаточно полно. Мы рассмотрим это после того, как попробуем найти ответы на только что заданные вопросы.

Поставленные нами вопросы относятся к механизму возникновения, становления массы из отдельных индивидов. Подавляющее же большинство исследователей рассматривало массу скорее статично, чем динамично, и рассуждало об индивиде в готовой, уже сложившейся массе. Получалось, что люди становятся членами массы, как правило, помимо своей воли. Объяснялось это внезапно просыпавшимися одновременно у всех инстинктами, драйвами или иными близкими терминами. Но так ли это и достаточны ли подобные объяснения?

На наш взгляд, в истории человечества никогда не возникло бы никаких масс, если бы у индивидов не было особой потребности соединяться в такие массы. Только собственные, внутренние потребности человека порождают особый мотив — соединение с себе подобными ради самосохранения, достижения каких-то выгод или некоторого внутреннего состояния. С самосохранением все достаточно понятно. Перед лицом опасности звери инстинктивно сбиваются в стаи, дети полуосознанно слетаются в «стайки», подростки организуют специфические «банды», а взрослые люди образуют массы. Достижение выгод также очевидно: в массе возможны свершения, на которые не способен отдельный индивид. Массы осуществляют восстания, свершают революции, выигрывают войны. Сложнее дело обстоит с тем, что мы обозначили как некоторые внутренние состояния. Это, прежде всего, эмоционально-аффективные состояния (причем как положительные, так и отрицательные), для регуляции которых человеку требуется быть в массе. Как правило, такая потребность носит неосознанный характер. Человек включается в массу, или своими действиями способствует ее возникновению, редко осознавая, зачем он это делает. Все происходит как бы само собой, стихийно и независимо от людей. Однако это — только внешняя сторона вопроса. Внутренняя его сторона становится очевидной, если вы меняете ракурс рассмотрения. И тогда вы замечаете, что даже в банальном примере «случайной» («окказиональной») толпы прохожих-зевак, обсуждающих столкновение двух автомобилей, инициаторами остановки прохожих были эти самые водители. Это их отрицательно-эмоциональный заряд заставлял их ругаться, обвинять друг друга, кричать, привлекая внимание к случившемуся — вплоть до прямых призывов «быть свидетелем». Вполне определенная потребность этих водителей, мотивированная названными тремя моментами — сохранить себя от ответственности, достичь какой-то выгоды (кто будет платить штраф, оплачивать ремонт и т. д.) и, главное, облегчить свое эмоциональное состояние, связанное со стрессом от произошедшего, превращает их в инициаторов формирования толпы — частного случая массы.

Отодвинем в сторону достаточно ситуационные факторы — самозащиту и стремление к выгоде — в конце концов, они достигаются разными средствами. Остается главное. В основе возникновения массы лежат индивидуальные потребности в идентификации себя с большим количеством людей ради регуляции своих эмоциональных состояний. Причем эта потребность обычно актуализируется в тех случаях, когда речь идет о сильных эмоциональных состояниях, с которыми сам индивид справить-

ся не может. Тогда ему и необходима особая идентификация — не психологическое отождествление себя с другими людьми, а физическое соединение с ними.

В одном из вариантов классификации базовых человеческих потребностей, разработанной А. Маслоу, присутствует потребность в идентификации себя с большой группой. В наиболее очевидном виде это потребность в идентификации с национально-этническими, социальными (стратификационными, классовыми, профессиональными), демографическими или даже половыми группами. В менее очевидном и реже встречающемся виде — это идентификация не с той или иной конкретной организованной группой, а именно с массой как с большим множеством разных людей, способных разделять эмоциональные состояния человека.

Описываемая нами потребность человека в идентификации себя с массой ради регуляции своих эмоциональных состояний имеет две основные направленности, причем обе — явно эмоционально-аффективного характера. С одной стороны, потребность быть в массе связана с внутренними требованиями снижения или разрядки определенных (обычно резко отрицательных) эмоциональных состояний. На похороны человека в большинстве культур родственники приглашают какое-то количество людей, чтобы они разделили (то есть облегчили) их горе. Так формируются своеобразные мнкромассы. В большем формате могут возникать массы людей, недовольных или обиженных теми или иными аспектами жизни, способные «разрядить» свое недовольство беспорядками, погромами или даже свержением власти.

В основе такой потребности прежде всего лежит обеспечение психологической безопасности и избегание опасности не столько реальной, сколько предвосхищаемой, т. е. все то же преодоление отрицательных эмоциональных состояний. Понятно, что физическая принадлежность к массе обычно защищает человека в ситуациях, когда индивидуальными усилиями обеспечить безопасность затруднительно. Как писал поэт: «Трудно человеку, когда один. Страшно одному, один — не воин. Каждый сильный ему господин, и даже слабые, если двое». 3. Фрейд был строже и жестче: «Отдельный человек чувствует себя незавершенным, если он один» (Фрейд, 1969). Пресловутые «чувство локтя», ощущение «плеча к плечу», «сомкнутых рядов» и т. п. порождают уверенность в своих силах, и даже могущество — сила массы передается отдельному человеку, успокаивая его. В конце концов, присутствие массы успокаивает даже самые сильные из страхов. Не случайно в народе подмечено: «На миру и смерть красна».

С другой стороны, та же самая потребность связана с внутренними требованиями усиления эмоциональных состояний (как явно положительных, так и, реже, особого класса отрицательных эмоций, тесно связанных с эмоциями положительными; например, гнев и ненависть к врагу надо укреплять для ощущения справедливости своих действий и убежденности в победе над ним). Эта противоположная сторона данной потребности наиболее наглядно проявляется в связи с теми же внутренними потребностями. Приведем несколько примеров. В традициях большинства народов отмечать даже личные или семейные положительно-эмоциональные события (успехи, дни рождения, свадьбы, разного рода годовщины) приглашением других людей, т. е. вновь с образованием особой микромассы. В ритуалы праздников большего масштаба, как правило, входят так или иначе называемые народные гуляния. Наиболее яркие примеры такого рода — массовые латиноамериканские карнавалы или религиозные

праздники. Последние представляют собой особый пример, относящийся к обеим сторонам потребности в регуляции эмоциональных состояний. Религиозные массы собираются как для снижения отрицательных эмоциональных состояний (одна из функций церкви — релаксационная), так и для усиления положительных состояний (еще одна функция церкви — воодушевляюще-мобилизующая). В целом же, за счет этих двух компонентов осуществляется главное для описываемой нами потребности — в религиозной массе происходит укрепление веры как общего эмоционального состояния массы людей.

Таким образом, становится достаточно очевидным, что массе, безусловно, предшествует индивид. У человека существует потребность быть в массе, мотивированная, в свою очередь, потребностью регулировать свои эмоциональные состояния, уменьшая отрицательные и усиливая («укрепляя») положительные эмоции. Она актуализируется в особо сложные моменты, связанные как с внешними воздействиями (появление новых источников страхов или, напротив, радости), так и внутренними психическими состояниями. Известно, например, что сильные чувства как бы требуют, чтобы человек поделился ими с другими людьми: о своей первой любви молодому человеку хочется рассказать буквально всему миру.

Давно подмечено, что самым удивительным и вместе с тем важным феноменом массы является повышение аффективности у каждого отдельного ее члена. «Можно сказать ...что аффекты человека едва ли дорастают до такой силы, как это бывает в массе, а кроме того, для участников является наслаждением так безудержно предаваться своим страстям, при этом растворяясь в массе, теряя чувство своей индивидуальной обособленности» (Фрейд, 1969). Разумеется, это не относится ко всем аффектам — индивидуальный страх смерти, безусловно, всегда сильнее массового — чтобы его уменьшить, человек и идет в массу, к другим людям. Христианская церковь предлагает обряд соборования, т. е. примыкания к незримой, виртуальной массе. Однако дело даже не в этом. У. Макдауголл, Фрейд и многие другие авторы связывали верно описанные феномены усиления аффективности в массе со свойствами самой массы, как бы «разогревающей» включенных в нее индивидов. Однако они не учитывали, что этому предшествует совсем обратный процесс: обладающие сходными эмоциональными потребностями индивиды создают массы своими эмоциями. Люди первичны, а массы вторичны. Более того, именно сильные эмоции образующих массу людей — основа энергетики массы. Иных источников просто нет.

Однако за удовлетворение потребности быть в массе и регулировать свои эмоции индивиду приходится расплачиваться отключением рациональных компонентов психики, снижением критичности восприятия, чувства собственного «я» и, в целом, определенной временной деиндивидуализацией. Однако и это представляется естественным для человеческой психики. Если согласиться с подавляющим большинством психологов, считающих, что человеку присуща потребность быть личностью (связанная с развитием индивидуального сознания и самоопределения, т. е. выражающая прогрессивные тенденции общечеловеческого развития), то можно предположить и другое. Человеку присуща и противоположная потребность, регрессивного характера — потребность не быть личностью, а напротив, раствориться в массе. Э. Фромм называл это «бегством от свободы». Именно уставая от индивидуальной свободы и, главное, связанной с ней индивидуальной ответственности, от необходимости жить все более рационально, индивид бежит в массу.

3. Фрейд писал: «Масса производит на отдельного человека впечатление неограниченной мощи... На мгновение она заменяет все человеческое общество, являющееся носителем авторитета, наказаний которого страшились и во имя которого себя столько ограничивали» (Фрейд, 1969). Тут и происходит знаменитый фрейдовский катарсис — эмоциональное очищение от одних эмоций посредством появления других. «Масса кажется нам вновь ожившей первобытной ордой. Так же как в каждом отдельном человеке первобытный человек фактически сохранился, так и из любой человеческой толпы может снова возникнуть первобытная орда... Мы должны сделать вывод, что психология массы является древнейшей психологией человечества: все, что мы, пренебрегая всеми остатками массы, изолировали как психологию индивидуальности, выделилось лишь позднее, постепенно и, так сказать, все еще только частично, из древней массовой психологии» (Фрейд, 1969). Значит, потенциально возможность регресса индивидуальной психологии заложена в самой природе и истории становления человеческой психики. «Некоторые черты в характеристике Лебона подтверждают право отождествить массовую душу с душой примитивного человека» (Фрейд, 1969).

Об этом говорил и К. Юнг, считавший, что в массе у человека в психике воскресают архетипы — феномены явно регрессивного характера. Однако эти авторы, как и многие другие вслед за ними, полагали, что это происходит просто в результате влияния массы на людей. Практически никто не допускал, что первично обратное влияние: индивиды собираются в массы для реализации своих определенных потребностей. Иногда это происходит под влиянием внешних (обычно пугающих) обстоятельств, и тогда реализуется одна из сторон этой потребности. Иногда это происходит совершенно добровольно, и тогда реализуется другая сторона все той же потребности.

Теперь становится достаточно ясным даже то, что происходит после того, как потребность, заставлявшая людей соединяться в массу, иссякает или реализуется. Масса просто распадается — в силу того, что достигшие своих целей индивиды вновь меняют свои психологические качества, возвращаясь в домассовое состояние (разумеется, за исключением тех очевидных случаев, когда возникшая масса обретает определенную стабильность и становится долговременным общественным феноменом — о них мы будем говорить отдельно).

Таким образом, определенная потребность приводит индивида в массу. Там, при отсутствии его всякого сопротивления (что значит, добровольно), незаметно для него меняется его психика. По прошествии некоторого времени приведшая его в массу потребность иссякает, и он выходит из массы — с новым опытом, и с теми или иными, преходящими или уже хроническими, изменениями психики. Обратим внимание, что этот, завершающий бытие массы процесс, также практически никем не исследовался психологически. Но пойдем по порядку. Прежде чем задаваться вопросами о распаде массы на отдельных индивидов, рассмотрим, что же происходит в середине логической цепочки — что происходит с индивидом, когда он находится в массе.

Влияние массы на индивида

Общепризнанно, что масса значительно изменяет индивидуальную психику и индивидуальное поведение. При этом существенно, что масса, вовлекающая в себя значи-

тельное число людей, не только стирает групповые и все прочие различия между ними. Она в значительной мере трансформирует всю индивидуальную психику, целиком подчиняя себе индивидуальное сознание. Еще Г. Лебон отмечал, что в массе стираются индивидуальные различия отдельных людей и тем самым исчезает их своеобразие. Если говорить совсем кратко, то масса нивелирует всю индивидуальную психику, уравнивая во многих отношениях совершенно разных людей. По Лебону, главные отличительные признаки индивида в массе таковы: анонимность и исчезновение сознательной личности, преобладание бессознательной личности, снижение интеллекта и всей рациональной сферы, ориентация массой мыслей и чувств индивидов в одном и том же направлении, формирование у индивидов тенденции к безотлагательному осуществлению внушенных им идей. «Индивид не является больше самим собой, он стал безвольным автоматом» (Le Bon, 1895). Механизмами психологического влияния массы на индивида являются заражение, подражание и внушение.

Более современные авторы рассматривают происходящие с индивидом в массе изменения несколько по-другому. Эти изменения предполагают:

1) повышение эмоциональности восприятия всего, что он видит и слышит;
2) повышение внушаемости и соответственного уменьшения степени критического отношения к самому себе и способности рациональной переработки воспринима емой информации;
3) подавление чувства ответственности за собственное поведение;
4) появление чувства силы и сознания анонимности.

Сразу подчеркнем, что в различных видах массы степень изменения психического состояния индивида будет неодинаковой в зависимости от ситуационных, субъективных и даже идеологических факторов.

Однако не все так ужасно для индивида. Утрачивая индивидуальную ответственность, он обретает ощущение всемогущества и безответственности. Криминалисты знают: даже в групповых преступлениях трудно определить личную меру ответственности каждого индивида и конкретно осуществлявшиеся им действия. Еще хуже дело обстоит с деяниями массы. В свое время американская полиция зашла в тупик, рассматривая множество случаев линчевания негров ку-клукс-клановцами. Факты преступления были налицо, но определить конкретных убийц не удавалось. Убивала масса, в которой потом никто искренне не мог вспомнить, что же конкретно кто (в том числе и он сам) делал.

Исследуя после Второй мировой войны пресловутое «чувство вины» немцев за многочисленные преступления в ходе военных действий, философ М. Хайдеггер зашел в полный тупик. Чтобы выйти из него, ему пришлось придумывать особое понятие. Он выдумал новое существительное из безличного оборота: *Das Man*. Это одновременно все и никто. Кто убивал? — *Das Man*. Кто виноват? — *Das Man*. Преступления совершала масса. Значит, виноваты все немцы. Все вообще — и, одновременно, никто конкретно. Массу же наказать нельзя. Главарей, «вожаков» массы осудил Нюрнбергский процесс. Но когда победившие союзники попытались провести «денацификацию» Германии, ничего не получилось. В нацистской партии были все. Нельзя же было лишать страну учителей, врачей, транспортников только за то, что они входили з эту массу? Так и пришлось ограничиться чисто формальным подходом и быстро свернуть процесс денацификации.

Рассмотрим происходящие с индивидом в массе изменения подробнее. По З. Фрейду, «индивид, находящийся в продолжение некоторого времени в зоне активной массы, впадает вскоре вследствие излучений, исходящих от нее, или по какой-либо другой неизвестной причине — в особое состояние, весьма близкое к «зачарованности», овладевающей загипнотизированным под влиянием гипнотизера... Сознательная личность совершенно утеряна, воля и способность различения отсутствуют, все чувства и мысли ориентированы в направлении, указанном гипнотизером. Таково, приблизительно, состояние индивида, принадлежащего к психологической массе. Он больше не сознает своих действий. Как у человека под гипнозом, так и у него известные способности могут быть изъяты, а другие доведены до степени величайшей интенсивности. Под влиянием внушения он в непреодолимом порыве приступит к исполнению определенных действий. И это неистовство у масс еще непреодолимее, чем у загипнотизированного, ибо равное для всех индивидов внушение возрастает в силу взаимодействия» (Фрейд, 1969).

Однако, как мы видим, масса не только «отнимает» что-то у индивидуальной психики — она еще и придает входящим в нее людям новые качества. Взаимосвязь «отнимаемого» и «придаваемого» массой индивиду рассматривал еще Г. Лебон, в свою очередь, ссылаясь на Ш. Сигеле и Г. Тарда.

Во-первых, считал Лебон, «в массе, в силу одного только факта своего множества, индивид испытывает чувство неодолимой мощи, позволяющее ему предаться первичным позывам, которые он, будучи одним, вынужден был бы обуздывать» (Le Bon, 1895). Тем более, что особой необходимости обуздывать себя теперь нет — принадлежность к массе гарантирует анонимность отдельного индивида. Масса никогда не несет ответственности сама, а принадлежность к массе избавляет человека от индивидуальной ответственности. Психологическим результатом этого является возрастающее ощущение власти у включенного в массу индивида, связанное еще и с ощущением своей безнаказанности.

Во-вторых, индивидуальная психика меняется в силу особой заразительности массы. Эффект психического заражения является легко констатируемым, но необъяснимым феноменом гипнотического рода. В массе «заразительно каждое действие, каждое чувство, и притом в такой сильной степени, что индивид очень легко жертвует своим личным интересом в пользу интереса общего. Это — вполне противоположное его натуре свойство, на которое человек способен лишь в качестве составной части массы» (Le Bon, 1895). Изучая несколько иные феномены массовой психологии (например, моду — в том числе, и «социальную», и «политическую»), Г. Тард говорил фактически об обратной стороне той же самой медали: о законах подражания, свойственных поведению человека в массе. Масса заражает индивида, а индивид, заражаясь, подражает массе.

В-третьих, важнейшей причиной, обусловливающей появление у объединенных в массу индивидов особых общих качеств, противоположных качествам отдельного, «изолированного» индивида, является «внушаемость, причем упомянутая заражаемость является лишь ее последствием» (Le Bon, 1969).

Итак, главные отличительные признаки индивида в массе таковы:

- исчезновение сознательной личности;
- преобладание бессознательного;

^ ориентация мыслей и чувств в одном направлении через механизмы внушения и заражения; ж тенденция к безотлагательному осуществлению внушенных идей.

Одним лишь фактом своей принадлежности к массе человек «спускается на несколько ступеней ниже по лестнице цивилизации. Будучи единичным, он был, может быть, образованным индивидом, в массе он — варвар, то есть существо, обусловленное первичными позывами. Он обладает спонтанностью, порывистостью, дикостью, но также и энтузиазмом и героизмом примитивных существ» (Le Bon, 1969).

3. Фрейд писал: «Импульсы, которым повинуется масса, могут быть, смотря по обстоятельствам, благородными или жестокими, героическими или трусливыми, но во всех случаях они столь повелительны, что не дают проявляться не только личному интересу, но даже инстинкту самосохранения. Ничто у нее не бывает преднамеренным. Если она и страстно желает чего-нибудь, то всегда ненадолго, она неспособна к постоянству воли. Она не выносит отсрочки между желанием и осуществлением желаемого. Она чувствует себя всемогущей, у индивида Б массе исчезает понятие невозможного» (Фрейд, 1969).

Говоря объективно, влияние массы на индивида противоречиво. В массе человек способен на все. Известно, что масса людей может совершить такие преступления, на которые каждый из составляющих ее индивидов по отдельности никогда не способен. Как уже говорилось, масса способна на убийство, причем потом никакие расследования не могут обнаружить того, кто конкретно бил, стрелял или орудовал, скажем, саперной лопаткой. Помимо уже названных изменений индивидуального сознания под влиянием массы, существует еще один феномен — так называемая ретроградная амнезия, частичная потеря памяти на прошедшие события. Обычно человек просто не может в деталях вспомнить, что он делал в той или иной массе. Он вполне искренне забывает детали произошедшего. Его воспоминания обычно носят отрывочный, фрагментарный характер. Амнезия сопровождается упадком сил после сильного эмоционального стресса, что соответствует состоянию «физиологического аффекта». Согласно уголовному кодексу ряда стран, такое состояние далее смягчает правовую ответственность за действия, «совершенные в состоянии внезапно возникшего сильного душевного волнения».

Однако если отдельный индивид всегда руководствуется личным интересом, то масса свободна от него. Психологически она скорее нейтральна. Массе может быть свойственно разрушение, но она также может действовать во имя каких-то идеалов.

С одной стороны, «для правильного суждения о нравственности масс следует принять во внимание, что при совместном пребывании индивидов массы у них отпадают все индивидуальные тормозящие моменты и просыпаются для свободного удовлетворения первичных позывов все жестокие, грубые, разрушительные инстинкты, дремлющие в отдельной особи». Однако это только одна сторона медали. С другой стороны, «массы способны и на большое самоотречение, бескорыстие и преданность идеалу» (Фрейд, 1969). В истории достаточно примеров и первого, и второго рода.

Как уже отмечалось, индивид обычно исходит из своего понимания личной пользы. Индивидуальное поведение в большинстве случаев эгоистично и направлено на достижение этой самой личной пользы, личной выгоды. В массе же мотив выгоды эбычно отсутствует:.ведь у массы нет целей, нет выгод или утрат. У массы есть преж-

де всего заменяющее все эмоционально-аффективное состояние. 3. Фрейд даже считал, что в отдельных случаях вполне можно и нужно говорить о повышении нравственного уровня отдельного человека под воздействием массы. Это зависит от того социально-психологического «стержня» (события, мнения, чувства), вокруг которого сложился тот или иной вариант массовой психологии и, соответственно, возникла некоторая масса людей. Понятно, что массы, совершавшие Великую французскую революцию, явно обладали несколько иной психологией, чем, скажем, массы турок, устроивших геноцид армянам в начале XX века. Хотя в обоих случаях действовали во многом аналогичные механизмы массового поведения, оно было связано с совершенно различными политико-идеологическими ценностями и идеалами.

Феномен обезличивания

Главное, что уверенно констатируют практически все исследователи психологии масс, это обезличивание, которое происходит с человеком в массе. Что же представляет собой психологически феномен обезличивания? В буквальном смысле это иногда трактовалось как «утрата человеком своего лица». Действительно, в большинстве конкретных описаний тех или иных вариантов массового поведения часто присутствует констатация того, что «они все на одно лицо». Можно допустить, в соответствии с известными работами Ч. Дарвина, что сильное переживание того или иного эмоционально-аффективного состояния действительно сказывается на лицевой мускулатуре, и ведет к напряжению одних и тех же мышц у множества людей. Тогда, действительно, в их лицах неизбежно появление некоторой схожести — исчезают различия в выражениях лиц, появляется то самое, обобщенное «лицо массы», обычно описываемое со всякого рода негативными прилагательными (типа «звериное»). С проблемой схожести выражений лиц на практике часто сталкивается полиция в ряде стран, которая часто затрудняется в идентификации участников массовых беспорядков.

Однако это слишком и буквальное понимание обезличивания. В социально-психологическом плане имеется в виду «утрата личности». Для понимания этого феномена требуется разобраться в том, что же такое личность и как ее можно «утратить».

Обобщая многочисленные и весьма разнообразные трактовки понятия «личность» в социальной психологии, можно прийти к двум основным формулам. Первая формула может быть обозначена как рационалистичная. Ее суть сводится к тому, что личность есть функция от двух переменных: «я» и совокупности социальных ролей, усвоенных индивидом:

Л =/(«я», Р).

Такое понимание личности отстаивал, например, Т. Шибутани (1969). В рамках этой трактовки феномен отчуждения личности в массе объясняется достаточно просто. Во-первых, пребывание в массе вообще снижает общий уровень рациональности в человеке — на первое место выходит иррациональное, эмоциональное начало. Во-вторых, пребывание в массе ведет к разрушению тех социальных ролей, которые исполняла личность и которые были ею интериоризованы. На некоторое время они просто исчезают — в массе все равны, кроме вожаков, выделившихся на особых, нера-

циональных основаниях и исполняющих особые, эмоциональные роли. В-третьих, пребывание в массе требует отречения от собственного «я». Это самое «я» растворяется в массовом «мы», всегда противостоящему неким «они». Это дало возможность Б. Ф. Поршневу на частном примере заключить: «Толпа — это иногда совершенно случайное множество людей. Между ними может не быть никаких внутренних связей, и они становятся общностью лишь в той мере, в какой охвачены одинаковой негативной, разрушительной эмоцией по отношению к каким-то лицам, установлениям, событиям. Словом, толпу подчас делает общностью только то, что она "против", что она против "них"» (Поршнев, 1979). Пример, безусловно, частный. Однако он показывает, что отказ от своего «я», то есть обезличивание, — это условие возникновения массы.

Вторая формула может быть определена как иррациональная. Ее суть сводится к тому, что личность есть порождение бессознательного, лишь слегка «отшлифованное» социальными нормами и требованиями-ожиданиями, т. е. это функция от трех переменных: Эго, Ид и Супер-эго. Основные сторонники и прародители данного понимания — классический психоанализ 3. Фрейда и его последующие разветвления. Это понимание можно выразить иной формулой:

Л =/(Эго, Ид, Супер-эго)

При таком подходе феномен обезличивания означает еще более простую вещь: исчезновения социального контроля в виде Супер-эго и минимизации роли Эго под влиянием глубинного неосознанного Ид. Согласно Фрейду, психологическая масса есть просто редукция социального к первобытной орде, в которой поведение ее членов целиком детерминировано исключительно подсознательным Ид с его драйвами и либидозными тенденциями. Вот почему, собственно, сам Фрейд избегал понятия «личность», считая все, связанное с ним, лишь искусственной надстройкой над бессознательной «первобытноордынной» сущностью индивида. Именно поэтому феномен обезличивания человека в массе служил для него лучшим доказательством основных постулатов психоанализа: мифа о первобытной орде, эдипова комплекса и либидозной связи членов массы-орды с идеальным отцом. Рассматривая в качестве примера две «искусственные массы», армию и церковь, Фрейд утверждал, что обе они (а значит, и все другие, только в менее очевидных формах) держатся на подсознательной любви к образу идеального отца. В одном случае он олицетворен военачальником, выступающим «отцом родным» по отношению к солдатам, в другом — Иисусом Христом, являющимся «отцом» всего человечества. Отсюда Фрейд, продолжая размышления Г. Лебона, но трактуя их по-своему, в духе психоанализа, придавал особое значение лидерам — «вожакам» массы. Подчинение им и своеобразное «растворение» в них трактовалось как одна их слагаемых феномена обезличивания.

«Мы» и «они», «вы» и «ты», «он» и «я»

Если для большинства исследователей факт растворения сознательного индивидуального «я» в массовом безличном «мы» казался удивительным и непонятным, то Б. Ф. Поршнев, напротив, считал это абсолютно естественным и жестко отстаивал

первичность дихотомии «мы»—«они» в истории развития человеческого сознания. С методологической точки зрения, он был убежден: «социальная психология становится наукой лишь с того момента, когда на место исходного психического явления ставится не "я и ты", а "мы и они", или "они и мы", на место отношения двух личностей — отношения двух общностей. Включение же второго лица — "вы" (соответственно "ты") необходимо развивается из исходного отношения и развивает его в свою очередь. Это — плод... контакта между "мы" и "они", продукт диалектики их взаимоотношений» (Поршнев, 1979).

Поршнсв всерьез уверял, что в истории человечества не было каннибализма. Разумеется, его не было лишь в психологическом плане — просто тех, кого съедали, не держали за людей. Это были некие «они», в корне отличные от «нас», настоящие «не люди». Первоначально сознание людей было нерасчлененным, как и их деятельность. «Мы» появилось значительно раньше «я» как сознание общности, к которой принадлежали люди. Прежде чем люди могли обособиться внутри этой общности, общность должна была сама обособиться от других общностей. Для того же, чтобы появилось субъективное «мы», требовалось повстречаться и обособиться с какими-то «они». В субъективной, психологической плоскости «они» первичны по отношению к «мы»: «Первым актом социальной психологии надо считать появление в голове индивида представления о "них"» (Поршнев, 1979). Только ощущение того, что есть «они», рождает желание самоопределиться по отношению к «ним», обособиться от «них» в качестве «мы».

«Они» па первых порах куда конкретнее, реальнее, несут с собой те или иные определенные свойства — бедствия от вторжения «их» орд, непонимание «ими» «человеческой» речи. Для того чтобы представить себе, что есть «они», не требуется персонифицировать «их» в образе какого-либо вождя, какой-либо возглавляющей группы лиц или организации. «Они» могут представляться как весьма многообразные, не как общность в точном смысле слова. Именно в отличие от каких-то «они» возникала общность «мы» — причем как в далеком прошлом, так и в настоящем.

«Мы», по мнению Поршнева, это уже значительно сложнее и, в известной степени, абстрактнее. Реально существовавшая в первобытности общность, взаимосвязь индивидов ощущается теперь каждым ее членом либо посредством той или иной персонификации, либо посредством различных обрядов, обычаев, подчеркивающих принадлежность индивидов к данной общности в отличие от «них».

Полемизируя с западными психологами, отмечавшими исчезновение индивидуального «я» прежде всего в толпе и удивлявшихся этому, Поршнев полагал, что масса сплачивает разных индивидов против неких «они». Именно это рождает настроение протеста против «них» и вызывает мощное эмоциональное чувство «мы». Такая общность и возникает путем отделения от других общностей и, одновременно, уподобления в чем-то людей друг другу. Внешнее отличие и внутреннее уподобление передаются психологическими терминами «негативизм» и «контагиозность» (заразительность). Оба эти процесса, в единстве, связывают и, в известной мере, унифицируют данную общность, порождают у ее членов однородные, схожие чувства, побуждения и определяемые ими действия. Биологическая база контагиозности — автоматическая имитация или подражательность. «Среди "нас" с тем большей силой действует взаимное подражание, взаимное заражение, чем полнее и яснее это созна-

ние «мы". Сознание же это тем сильнее, чем организованнее общность» (Поршнев, 1979).

«"Мы" формируется путем взаимного уподобления людей, т. е. действия механизмов подражания и заражения, а "они" — путем ограничения этих механизмов, путем запрета чему-то подражать или отказа человека в подчинении подражанию, навязанному ему природой и средой. Нет такого "мы", которое явно или неявно не противопоставлялось бы каким-то "они", как и обратно... Процесс уподобления и процесс обособления взаимно противоположны, но в то же время они взаимодействуют, находятся в разнообразнейших сочетаниях» (Поршнев, 1979). За счет такого взаимодействия возникают разные виды масс, происходит их трансформация. В целом, по тому же механизму осуществляются и взаимоотношения индивида и массы.

В основе возникновения масс лежат эмоции, чувства и настроения, носящие надындивидуальный характер. «Люди, охваченные однородным настроением и выражающие его более или менее совместно, тем самым составляют общность. Настроение находит свое выражение, как правило, не опосредствованно — через культуру, обычаи, воспроизводящие жизненные порядки, а непосредственно — в виде определенных эмоций, сдвигов сознания» (Поршнев, 1979).

Поршнев предлагал собственное решение проблемы обезличивания и деиндивидуализации. Данные явления преодолеваются в ходе взаимодействия «мы» и «они». Он предлагал изобразить «мы» и «они» в виде двух кругов, а затем наложить их отчасти один на другой. Та площадь, где они перекрываются, отвечает категории «вы». Именно это, как полагал Поршнев, есть сфера не отчуждения, а общения. «Вы» — это не «мы», так как это нечто внешнее, но в то же время и не «они», поскольку здесь царит не противопоставление, а известное взаимное притяжение. «Вы» это как бы признание, что «они» — не абсолютно «они», но могут частично составлять с «нами» новую общность — какое-то другое, более обширное и сложное «мы». Но это новое «мы» разделено на «мы и вы». Каждая сторона видит в другой одновременно и «чужих» («они») и «своих» («мы»). «Как только мы вступили в сферу "вы", каждый человек оказывается принадлежащим к двум психическим общностям — двум "мы". С этого момента он уже начинает становиться личностью — точкой скрещения разных общностей. В частности, он должен научиться что-то прикрывать и затаивать то от одних, то от других, следовательно, его "внутренняя" жизнь начинает обособляться от "внешней"» (Поршнев, 1979). Следующий шаг на этом пути — появление собственного, уже индивидуального «я» и преодоление индивидом психологии масс.

Как мы видим, для Поршнева не имеет принципиального значения персонификация массы. Историко-психологически, видимо, так и было — персонификация появилась позднее выделения индивидуального «я». Хотя сам Поршнев полагал, что до этого появляется «ты», а затем и «он». Автор выразил свое мнение очень кратко: «на точке соприкосновения "мы" с "они" рождается "он", а "он" трансформируется в "ты". Бог в мировых религиях (христианстве, исламе) — это и "он", и "ты"» (Поршнев, 1979). Используя уже описанный образ, Поршнев утверждал, что понятию «ты» графически соответствует точка соприкосновения кругов «мы» и «они», когда частично наложенные друг на друга круги снова раздвигаются до минимального соприкосновения. Этот самый «он» в данном случае является персонификацией не только Бога (это — высший «Он»), но и более конкретных вождей и вожаков массы. Здесь мы вновь возвращаемся к Г. Лебону и З. Фрейду.

Масса и ее вожаки

Особенности поведения массы и, в Частности, ее влияния на входящих в нее индивидов зависят от индивидуальности лидеров, их типов и от их психологических качеств. Это, безусловно, люди особого склада. Г. Лебон именовал их «апостолами», убежденными в том, что они ведут людей к новой вере. «Нет надобности, чтобы число этих апостолов было очень велико для выполнения их задачи. Надо вспомнить, какое небольшое число ревнителей было достаточно для возбуждения столь крупного движения, как крестовые походы, — событие, быть может, более чудесное, чем насаждение какой-либо религии, так как миллионы людей были доведены до того, что бросили все, чтобы устремиться на Восток, и возобновляли не раз это движение, несмотря на самые крупные неудачи и жесточайшие лишения» (Лебон, 1991).

Г. Тард полагал, что масса сама находит себе лидеров, выталкивая их из себя, но большее распространение получили взгляды Лебона. Он описывал четыре основных типа таких «вожаков». Первый тип — это убежденные проповедники, апостолы неких верований (религиозных, социальных или сугубо политических, типа отдельно анализировавшегося Лебоном социализма). Такие лидеры — прообраз толпы. Они как бы несут в себе все ее основные свойства.

«Загипнотизированные поработившей их верою, они готовы на все жертвы для ее распространения и кончают даже тем, что исключительно целью своей жизни ставят воцарение этой веры. Эти люди находятся как в полубреду, изучение их требует патологического исследования их умственного состояния, но, несмотря на это, они всегда играли в истории громадную роль». Такой «апостол всегда представляет собой религиозно настроенный ум, одержимый желанием распространить свое верование; но вместе с тем и прежде всего это ум простой, совершенно не поддающийся влиянию доводов разума. Его логика — элементарна. Законы и всякие разъяснения совершенно недоступны его пониманию». Его психика — это персонифицированная психология всей массы. Лебон особо подчеркивал внешнюю «простодушную наивность» этих людей. Ничто их не затрудняет. Для них ничего нет легче, например, чем перестроить общество. «Поддаваясь все более и более гипнозу двух или трех непрестанно повторяемых формул, проповедник-социалист чувствует жгучую потребность распространять свою веру...» (Лебон, 1991).

В структуре поведения этого типа личности особенно выделяется жажда разрушения: «По-видимому, почти во все времена имел силу общий психологический закон, по которому нельзя быть апостолом чего-либо, не ощущая настойчивой потребности кого-либо умертвить или что-либо разрушить» (Лебон, 1991).

Второй тип лидеров массы — это фанатики одной идеи. Лебон описывал их так: «Повседневно встречаются очень умные люди, даже выдающиеся, теряющие способность рассуждать, когда дело касается некоторых вопросов. Увлеченные тогда своей политическою или религиозною страстью, они обнаруживают изумительное непонимание и нетерпимость. Это случайные фанатики, фанатизм которых становится опасным лишь тогда, когда его раздражают» (Лебон, 1991). В обычное время — это вполне нормальные с виду люди. Однако при возникновении соответствующих обстоятельств (возникновение массы, появление «апостола» и т. п.) в них просыпается дремлющая фанатичная сущность. И тогда это — самые верные и надежные «по-

мощники апостолов», их приспешники и ближайшие подручные, часто движимые особой яростью и даже вполне отчетливой манией преследования.

Третий тип лидеров массы, по Лебону, «принадлежит к обширной семье дегенератов. Занимая, благодаря своим наследственным порокам, физическим или умственным, низкие положения, из которых нет выхода, они становятся естественными врагами общества, к которому они не могут приспособиться вследствие своей неизлечимой неспособности и наследственной болезненности. Они — естественные защитники доктрин, которые обещают им и лучшую будущность, и как бы возрождение». У данного типа мало фанатизма, нет увлечения одной идеей и даже особой стойкости веры. Тут все решает личная заинтересованность. По сути, это лица с сильнейшим комплексом неполноценности, стремящиеся гиперкомпенсировать его с помощью той самой толпы, которую они хотят возглавить. Образно говоря, ими движет простая идея: что «на обломках самовластья напишут наши имена». Это никак не стремящиеся любой ценой прославиться Герострати, а скорее, мстительные и достаточно меркантильные (разумеется, в меру сохранности своего интеллекта) неудачники, аутсайдеры социального устройства.

Наконец, четвертый тип лидеров массы, обычно приходящий на смену предыдущим «вожакам» и овладевающий массой после того, как фанатики ее сформировали и основательно «разогрели», — обычный тиран или диктатор. Это лидер, подбирающий власть и пользующийся плодами того, что уже сделала для него возглавлявшаяся другими толпа. Он может сочетать в себе некоторые черты предшествующих «проповедников», но не это главное. Он умеет заставить массу полюбить себя и возбудить боязнь к себе. «За Суллою, Марием и междоусобными войнами выступали Цезарь, Тиберий, Нерон. За Конвентом — Бонапарт, за 48-м годом — Наполеон III» (Лебон, 1991).

По мнению 3. Фрейда, это и есть прообраз «идеального отца». Масса «уважает силу, добротой же, которая представляется ей всего лишь разновидностью слабости, руководствуется лишь в незначительной мере. От своего героя она требует силы, даже насилия. Она хочет, чтобы ею владели и ее подавляли, хочет бояться своего господина... Хотя потребность массы идет вождю навстречу, он все же должен соответствовать этой потребности своими личными качествами. Он должен быть сам захвачен глубокой верой в идею, чтобы пробудить эту веру в массе; он должен обладать сильной импонирующей волей, которую переймет от него безвольная масса» (Фрейд, 1969). Данные характеристики во многом совпадают с характеристиками того «праотца», которому поклонялась первобытная орда. Однако обратим внимание, что даже Фрейд не ставил появление такого лидера в фатальную зависимость от потребностей массы. Все-таки их появление связывалось с определенными историческими периодами и, следовательно, некоторыми объективными причинами.

Г. Лебон довел свой анализ до конца XIX века. Анализируя происходившее в России в начале XX века, Н. А. Бердяев писал: «В России появился новый антропологический тип, новое выражение лиц. У людей этого типа иная поступь, иные жесты.... Этот новый душевный тип оказался очень благоприятным плану Ленина, он стал материалом организации коммунистической партии, он стал властвовать над огромной страной».

Однако только к концу XX столетия стало понятно: «Большевики открыли истину, секрет которой заключался в весьма простых посылках: масса требует не идей, а лозунгов, не логики, а обещаний, не призывов к размышлениям, а угадывания ее настроения. Тогда она превращается из аморфной массы в разрушительную материальную силу. И XX век использовал искренность в качестве способа достижения цели, превратившись в самое неискреннее столетие. Отпала необходимость в проповедниках и правдолюбцах — их место заняли Троцкие, Муссолини, гитлеры. Кумиры и вожди масс, способные истерической неистовостью управлять настроением множества людей, доводя их до искренней жажды разрушения» (Васильев, 1991).

В свое время подобные выводы производили впечатление тенденциозности и социальной ангажированности их авторов. Однако, если внимательно припомнить, например, хотя бы многократно описанный фанатизм поведения А. Гитлера, известный из мемуаров современников моноидеизм В. И. Ленина или природную ущербность, сухорукость и лицо в оспинах И. В. Сталина, то многое представляется достаточно убедительным.

Фундаментальным политико-психологическим фактом является то, что всякий раз в истории во главе масс стояли особого типа лидеры — не обычные, а во многом аномальные индивиды. Подчеркнем, что практически все они, за единичными исключениями, были лидерами именно масс. Исчезала или реструктурировалась масса — исчезали, уходили в социально-политическое небытие эти лидеры. В свою очередь, если с ними что-то случалось, очень быстро растворялась или видоизменялась ведомая ими масса.

Распад массы: освобождение индивида

Как уже говорилось, психологическая масса — в большинстве случаев образование временное. Эмоционально-аффективные потребности входящих в нее индивидов в конце концов иссякают или реализуются. Масса становится менее энергичной. В ее поведении возникает некая пауза, шаткое равновесие. Она застывает, уже не двигаясь вперед, но еще не откатывая назад. Некоторое время на индивидов действует инерция сугубо массовых эмоций, однако, лишаясь эмоциональной подпитки от самих этих индивидов, они также иссякают. Масса начинает постепенно распадаться.

Исключим из рассмотрения действие внешних по отношению к массе факторов. Разумеется, массой можно управлять. Внешние управляющие факторы могут как ускорить, так и замедлить распад психологической массы. Их влияние относится к проблеме управления массами людей, и будет рассмотрено дальше, на конкретном примере психологии толпы. Сейчас нас интересует масса в «чистом виде».

Психика всякого индивида, в большей или меньшей степени, ориентирована на удержание определенного баланса эмоционального и рационального. Излишний крен в одну из этих сторон начинает требовать компенсации. Рано или поздно она достигается — и тогда начинается крен в противоположную сторону. Сильное эмоциональное напряжение, переживаемое индивидом в массе, сопровождаемое двигательной ажитацией, требует огромного количества психофизиологической энергии. Постелен-

но она иссякает. И в тот момент, когда она иссякает окончательно, когда замедляются шаги еще только что куда-то стремившейся массы, когда стихают еще только что громогласные крики и руки больше не тянутся ни вниз, за булыжником — «орудием пролетариата», ни вверх, в знак любви и приветствия, психологическое существование массы завершается.

Разумеется, это происходит не одновременно. Вначале масса распадается на отдельные, достаточно крупные фрагменты. От нее постепенно откалываются сравнительно небольшие части. В свою очередь, эти части и фрагменты быстро атомизируются, превращаясь в группки индивидов, часто с удивлением смотрящих друг на друга. Чувство полной общности, еще недавно притягивавшее их друг к другу и казавшееся незыблемым, вдруг куда-то исчезает. Каждый вспоминает о своих, индивидуальных делах и проблемах, оглядывается по сторонам и смотрит на часы, как бы заново ориентируясь во времени и пространстве. В массе чувство времени и пространства теряется, человек дезориентируется в основных координатах жизни. Переживающие сильные эмоции люди — это те «счастливые», которые «часов не наблюдают». Выходя из массы, они вынуждены ориентироваться заново.

Рациональное сознание возвращается постепенно, часто с трудом. Как правило, индивид выходит из массы психологически крайне уставшим и эмоционально обессиленным. Выше мы уже говорили о феномене амнезии, который часто наблюдается у вышедших из массы людей — они просто не могут толком вспомнить, что делали, где были, что происходило вокруг. Главный вопрос, на который они затрудняются ответить: почему они оказались в массе? Таким образом, даже иссякая, базовая потребность в регуляции эмоциональных состояний, которая привела их в массу, так и остается неосознанной.

Безусловно, мы описали достаточно крайний случай. В зависимости от вида и характеристик массы, целей и качеств ее лидеров описанные явления могут быть выражены и значительно слабее. Однако от этого суть не меняется. Членам любой массы — и участникам бесчинствующей толпы, и болельщикам после футбольного матча, и зрителям после захватывающего спектакля, и даже телезрителям после увлекательного боевика требуется время для своего рода «возвращения в реальную жизнь». В этом смысле пребывание в массе безусловно оказывает наркотическое воздействие на индивида. Оно изменяет его сознание, трансформирует его так, что возвращение к нормальному состоянию требует специальных усилий. В отдельных случаях — например, массы, переживающей стихийное бедствие, — это требует особой психокоррекционной работы. Так было, например, с массой армян, переживших в 1989 г. спитакское землетрясение. Причем подчеркнем: речь идет не только о массе-толпе спасавшихся от бедствия жителей самого Спитака. Переживание трагедии сформировало огромную массу всех армян, даже проживавших вдали от разрушений.

Аналогичные состояния часто переживались людьми и при выходе из масс, испытывавших положительные эмоции. Примерами могут служить те же латиноамериканские карнавалы, а также различные религиозные праздники. Наконец, примером является и появление массы, празднующей победу; масса такого рода возникла после объявления о капитуляции гитлеровской Германии и победе советского народа в Великой Отечественной войне. В меньших по размерам странах примеры массы, возникающей в результате военной победы, были еще более очевидны.

Основные выводы

1. Анализ показывает, что в основе возникновения массы лежат не только внешние (физические, социальные, политические), но прежде всего внутренние, психологические механизмы. Главный из них — потребность человека в идентификации себя с большой общностью для регуляции своих эмоциональных состояний. Она актуализируется при сильных эмоциях, граничащих с аффектом, когда человек не может справиться с таким состоянием. Именно в этих случаях ему требуется физическое соединение с другими людьми, испытывающими аналогичные состояния.
2. В массе индивидуальное поведение претерпевает значительные изменения, в совокупности составляющие феномен обезличивания человека. Основные механизмы влияния массы на индивида — заражение, подражание и внушение — тесно связаны между собой. Избавляясь от индивидуальных проблем и обретая в массе анонимность, растворяясь в ее эмоциональных состояниях, индивид избавляется и от личной ответственности за свои поступки. За счет этого снижается порог его сознания, падает интеллектуальный уровень, исчезает осознанный самоконтроль. В массе человек стремится быть «как все», жить общими переживаниями, действовать «здесь и сейчас». Пребывание в массе дает ощущение всемогущества и вседозволенности, значительно возвышает самооценку и резко снижает критичность по отношению к себе и своим действиям.
3. Масса оказывает на своих членов неоднозначное влияние. Хотя более подробно описаны случаи, когда масса толкала людей на разрушения, погромы и преступления, известны и примеры одухотворенных массовых действий во имя высоких идеалов. В отличие от отдельного человека, обычно руководствующегося мотивами личной выгоды и преуспевания, масса не имеет собственных целей. Эти цели и, соответственно, характер действий задаются ее лидерами.
4. Не существует массы без лидеров, «вожаков». С одной стороны, они как бы «выталкиваются» массой на авансцену событий, с другой же стороны, часто они сами целенаправленно формируют необходимую для себя массу. В этом вопросе психология масс затрагивает проблему социального и политического лидерства. Возможно построение разнообразных типологий лидеров масс.
5. Судьба любой массы известна заранее — обычно это кратковременная общность людей. Ее распад всегда связан с исчерпанием той потребности в регуляции сильных эмоциональных состояний, ради удовлетворения которой люди и идут в массу. Рано или поздно эта потребность удовлетворяется или просто иссякает в силу эмоционального истощения человека в массе. Тогда масса распадается, а индивид освобождается от ее влияния и восстанавливает рациональное сознание и рациональную ориентацию в окружающем его физическом и социальном пространстве.

Глава 1.3

Массовые психические состояния и проявления

Общие механизмы стихийного поведения. И *Основные субъекты стихийного поведения. Я Основные формы стихийного поведения.*

В психологии различают две основные формы поведения людей: индивидуальное и массовое. В качестве промежуточного иногда выделяется групповое поведение, однако в данном контексте оно не имеет принципиального значения. Главное для нас — противоположность индивидуального и массового поведения. С одной стороны, — индивидуальное поведение, полностью или в основном зависящие от собственной воли и сознания индивидов, произвольное, осознанное, рациональное поведение. С другой стороны, — массовое поведение, зависящее не столько от самих индивидов, сколько от тех форм, в которых проявления свободы воли или желаний индивида оказываются, в той или иной степени, ограниченными прямым или косвенным влиянием других людей или обстоятельств. Как правило, это непроизвольное, не до конца осознанное, иррациональное поведение. Массовое поведение подразделяется на привычное, нормативное, «плановое» массовое поведение и непривычное, ненормативное, «стихийное» массовое поведение.

Большая часть нашей повседневной жизни заполнена не индивидуальным, а массовым поведением. Хотя мы далеко не всегда это осознаем, но в обыденной жизни нам достаточно редко приходится делать действительно индивидуальный выбор, принимать действительно индивидуальные решения и нести за них индивидуальную ответственность. Как правило, мы функционируем как члены каких-то групп или сообществ, исполняем те или иные социальные роли, следуем тем или иным массовым нормам. Проблема состоит в том, что такое повседневное массовое поведение редко замечается и фиксируется именно как массовое. Люди, просыпающиеся по утрам, умывающиеся и чистящие зубы, спешащие на работу, по магазинам и обратно, домой, не привлекают к себе особого внимания. Хотя на самом деле именно это и есть то самое массовое поведение, которое составляет глубинную основу всей человеческой жизни. Массовое поведение — это трудовая деятельность, общение, проявляющееся в актах говорения, наконец, удовлетворение тех или иных жизненных потребностей. Оно свойственно всем, в том числе и психологам. Именно поэтому, в силу своей массовости, оно и ускользает от специального внимания.

Под массовым поведением в социальной психологии обычно понимается не обычное, не нормативное, не «плановое», а стихийное поведение. Выделяя его, часто принято говорить о вынужденном (обусловленным внешним давлением) поведении. Такое стихийное, или «внеколлективное», «внегрупповое», поведение значительных масс людей (или «человеческих агрегатов») — это неорганизованное, подчас тождественное, хотя и не всегда полностью одинаковое, и сравнительно необычное поведение большого количества людей, проявляющееся прежде всего именно в необычных ситуациях. Так уж получилось в науке, что массовое поведение изучается как раз на не совсем массовых и не вполне типичных примерах. Это объясняется тем, что главное — не в количество охваченных таким поведением людей, а те внутренние психологические изменения, которые происходят с этими людьми, и которые превращают их в массу. Такое поведение обычно носит яркий характер и привлекает внимание исследователей.

Анализ массового стихийного поведения осуществляется в двух основных направлениях. Во-первых, это детальное рассмотрение конкретных практических субъектов такого поведения. К конкретным субъектам такого рода обычно относятся три вида массовых общностей: толпа, «собранная публика» и «несобранная» публика.

Во-вторых, это специальное рассмотрение основных, наиболее демонстративных форм проявления стихийного поведения. К таким формам относятся прежде всего две — хотя бы в силу их максимальной заметности и опасности возникающих в результате последствий. Во-первых, это стихийная массовая паника. Во-вторых, это столь же стихийная массовая агрессия. При всей своей внешней противоположности, данные формы стихийного социально-политического поведения имеют и много общего с точки зрения своих поведенческих механизмов.

Общие механизмы стихийного поведения

Среди общих механизмов, способствующих возникновению и развитию стихийных форм массового поведения, одним из важнейших является так называемая «циркулярная реакция»[1]. Войдя в комнату, где только что был рассказан анекдот и все присутствующие громко смеются, вы, как правило, поддаетесь общему веселому настроению, хотя причины смеха вам неизвестны. Вы улыбаетесь так, будто услышали и поняли шутку. Причиной вашего смеха является эмоциональная стимуляция со стороны смеющихся людей, осуществляемая на бессознательном, психофизическом уровне. Самое интересное заключается в том, что взрыв вашего смеха, совпадая с угасанием смеха других, вызывает новый взрыв смеха с их стороны. Теперь они смеются уже над вашей, с их точки зрения, неадекватной реакцией. Слыша этот смех, в свою очередь, вы вновь начинаете смеяться.

Это примитивный пример того, что в психологии эмоций называют «циркулярной реакцией». Та или иная эмоция, подхватываясь другими людьми, обычно возвра-

[1] Подробный анализ данных механизмов был проделан в ряде работ Ю. А. Шерковиным. В частности, см. написанные им разделы в учебниках: Социальная психология. М., 1975. С. 281-293; Основы социальной психологии и пропаганды. М., 1982.

щается к вам как бы по кругу. Так она может циркулировать определенное время, и это — первый этап формирования эмоциональной общности, особой «массы».

Процесс циркуляции может прерваться, и тогда эмоция постепенно сойдет на нет. Однако при включении в общность новых людей она будет каждый раз как бы воспроизводиться заново. Это происходит в тех случаях, когда эмоция и ее повод достаточно актуальны и значимы для людей. Тем самым обеспечивается второй этап — своеобразное «эмоциональное кружение» данного психофизического состояния. Его суть проста: в стихийно складывающейся общности та или иная эмоция как бы ходит по кругу, непрерывно поддерживая и усиливая сама себя. Это этап эмоционального самоиндуцирования такой общности. Так, собственно, и складываются стихийные эмоциональные общности — за счет, например, быстрого проговаривания пионерских «речевок», распевания солдатских маршей или национальных гимнов, или даже скандирования лозунгов типа «Спартак — чемпион!» с непременным припевом: «Оле, оле, оле, оле!».

«Циркулярная реакция» ведет к ситуационному стиранию индивидуальных различий. Все хохочут, причем всё сильнее, просто потому, что хохочут. Поведение и эмоциональное состояние каждого из индивидов определяются уже не столько их рациональной интерпретацией обстановки, сколько поведением и эмоциями окружающих. Поддержание и развитие эмоций зависит от появления новых индивидов, которые поневоле заражаются данным состоянием. В предельном выражении, даже данный пример может привести к полному вырождению группы людей в однородную аморфную массу, бессознательно реагирующую на некоторые стимулы одинаковым образом - заливистым смехом. Резкое снижение критичности по мере усиления эмоционального кружения означает, что нарастающая внушаемость индивидов по отношению к воздействиям, исходящим изнутри общности, сочетается с утратой способности воспринимать более рациональные сообщения, исходящие извне. Так данная общность становится «закрытой» и вполне самодостаточной в эмоциональном плане.

Третий этап действия механизмов стихийного проведения — появление нового общего объекта внимания, на котором фокусируются эмоциональные импульсы, чувства и воображение людей. Если первоначально общий объект интереса составляло возбуждающее событие, вызвавшее эмоциональную реакцию и удерживавшее около себя людей, то на данном этапе новым объектом становится образ, обычно создаваемый в процессе «эмоционального кружения»и отчасти речевого общения членов общности. Этот образ — продукт совместного творчества, он всеми разделяется и дает общую ориентацию, выступая в качестве объекта-побудителя совместного поведения. Возникновение такого, как правило, воображаемого, виртуального объекта становится фактором, сплачивающим общность в единое целое.

Данный этап наступает при таком накале эмоционального состояния, когда у охваченных им людей возникает состояние готовности к реагированию на информацию, поступающую от присутствующих. Будучи некритично «закрытой» к информации извне, в этот момент члены общности как бы «открываются» для эмпатического, некритического восприятия и сопереживания внутренней информации. Эмоциональное напряжение возбужденных людей побуждает их к движению и общению друг с другом. В процессе же «эмоционального кружения» и продолжающейся «циркулярной реакции» напряжение нарастает. В итоге возникает не просто предрасположенность, а глубокая эмоциональная потребность в совместных немедленных действиях.

Завершающий этап в формировании субъекта стихийного поведения — активизация членов общности через дополнительное стимулирование, путем возбуждения импульсов, соответствующих общему воображаемому объекту. Такое стимулирование обычно осуществляется на основе прямого внушения. Осуществляет его лидер общности. Тем самым он непосредственно побуждает членов общности к конкретным, нужным ему действиям. При отсутствии такого лидера целенаправленного побуждения не происходит — тогда общность сама, стихийно находит для себя объект собственных непосредственных действий.

Особо следует подчеркнуть, что данные механизмы действуют не только на примере смеха или иных положительных эмоций. Им подчиняются и страх, и гнев, и практически все другие негативные эмоции. За счет этого и возникают не только толпы болельщиков «Спартака», но и панические, и агрессивные, и прочие виды подобных эмоциональных общностей.

Примеров действия описанных механизмов более чем достаточно. Это и подростковые шалости «со смехом без причины», и собрания религиозных сектантов, и традиционный «круговой танец» чеченских боевиков, являющийся одним из наиболее ярких примеров непосредственно навязываемого эмоционального самоиндуцирования и, в результате, почти принудительного эмоционально-действенного «кружения» в самом буквальном смысле.

Основные субъекты стихийного поведения

Наиболее последовательный исследователь массового поведения Г. Лебон практически во всех своих трудах регулярно и уверенно утверждал, что принципиальной разницы в психологических механизмах стихийного массового поведения у разных видов субъекта такого поведения просто нет. Теоретически выделяя, прежде всего по внешне фиксируемому и предполагаемому объему входящих в них людей, три таких субъекта (толпу, а также публику, в свою очередь разделявшуюся на «собранную» и «несобранную»), он все равно сводил все эти три вида субъекта социального действия к одному — к толпе. Толпа, по твердому убеждению Лебона, это не только внешне наблюдаемое на улице физическое скопление некоторого количества людей. Это могут быть и читатели в зале библиотеки — так называемая «потенциальная толпа». То же самое относится и к электорату или же к парламентской ассамблее.

Впрочем, в истории науки были и другие точки зрения. При сохранении действия безусловно существующих общих поведенческих механизмов названные три разновидности субъекта стихийного проведения имеют и достаточные различия. Эти различия обычно и определяют своеобразие массовых действий, что вполне оправдывает их раздельное рассмотрение.

Психология толпы

В науке известно множество попыток определения того, что же такое толпа. Ограничимся лишь несколькими из них. Я. Щепаньский, акцентируя прежде всего социологические признаки, полагал, что толпа в первую очередь представляет собой «вре-

менное скопление большого числа людей на территории, допускающей непосредственный контакт, спонтанно реагирующих на одни и те же стимулы сходным или идентичным образом» (Щепаньский, 1969).

Согласно очень близкому, но все-таки психологически более точному определению Ю. А. Шерковина, толпа — это прежде всего «контактная внешне не организованная общность, отличающаяся высокой степенью конформизма составляющих ее индивидов, действующих крайне эмоционально и единодушно» («Социальная психология», 1975).

Среди **общих психологических факторов** существования толпы практически всеми исследователями обычно отмечается устойчивая и подчас просто жесткая психологическая связь, объединяющая входящих в толпу людей. Образовавшаяся из сходных или идентичных эмоций и импульсов, вызванных одним и тем же стимулом, толпа не обладает установленными организационными нормами и каким-либо комплексом моральных норм. Влияние толпы на своих членов вытекает из природы возникшей между ними эмоционально-импульсивной связи. В толпе проявляется примитивные, но сильные импульсы и эмоции, не сдерживаемые никакими этическими или организационными нормами.

В толпе, как и во всех иных формах массового стихийного поведения, мы встречаемся с проявлениями частичного исчезновения индивидуальных черт личности. Вследствие этого у людей сильно возрастает готовность к заражению и, одновременно, склонность к подражанию. Реакция на внешние стимулы направляется не рефлексией, а первым эмоциональным импульсом или подражанием поведению других людей. Исчезновение рефлексивности, деиндивидуализация усиливают чувство общности со всей толпой. Это влечет за собой ослабление ощущения важности этических и правовых норм. Толпа создает сильное ощущение правильности предпринимаемых действий. Обусловленные эмоциями способы действия не оцениваются критически. Господствующая в толпе эмоциональная напряженность увеличивает ощущение собственной силы и уменьшает чувство ответственности за совершаемые поступки. Особую силу толпе придает наличие конкретных оппонентов. «Нельзя понять историю, не имея в виду, что мораль и поведение отдельного человека сильно отличаются от морали и поведения того же человека, когда он представляет собой эту часть общества» (Лебон, 1908).

Б. Ф. Поршнев писал: «Толпа — это иногда совершенно случайное множество людей. Между ними может не быть никаких внутренних связей, и они становятся общностью лишь в той мере, в какой охвачены одинаковой негативной, разрушительной эмоцией по отношению к каким-либо лицам, установлениям, событиям. Словом, толпу подчас делает общностью только то, что она "против", что она против "них"» (Поршнев, 1966).

Один из героев У. Фолкнера так воспринимал толпу, собравшуюся у тюрьмы, где держали негра, обвинявшегося в убийстве белого. Он видел перед собой «бесчисленную массу лиц, удивительно схожих отсутствием всякой индивидуальности, полнейшим отсутствием своего "я", ставшего "мы", ничуть не нетерпеливых даже, не склонных спешить, чуть ли не парадных в полном забвении собственной своей страшной силы...» (Фолкнер, 1973).

В результате воздействия всех названных выше феноменов члены толпы часто действуют как бы под влиянием гипноза. Однако, критикуя идеи Г. Лебона и З. Фрей-

да, писавших о «гипнотической сущности толпы» и «психозе толпы», Я. Щепаньский писал: «...это лишь некий краткий оборот, обозначающий степень интенсивности действия сходных импульсов и эмоций у всех членов толпы. Этот "гипноз" действует сильнее или слабее в зависимости от характера стимулов, вызывающих реакцию толпы, от конкретной общественно-исторической ситуации, в которой собралась толпа, и от индивидуальных черт ее членов» (Щепаньский, 1969).

Выделяют ряд условий действия такого «гипноза». Во-первых, это предварительно существующие устойчивые установки и убеждения. Легко вызвать возникновение терроризирующей толпы, например, направленной против давно ненавистных ей социальных групп или институтов. Во-вторых, это убеждения и склонности, соответствующие лозунгам, побуждающим толпу к действиям. В-третьих, это молодой возраст и отсутствие достаточного социального опыта. Наконец, в-четвертых, это низкий уровень умственного развития и недостаточная развитость интеллектуальных элементов психики, отсутствие привычки анализировать свое поведение, недостаточно сильная воля, нетвердость социально-политических взглядов, отсутствие устойчивых убеждений. Выражаясь метафорически, Б. Ф. Поршнев утверждал, что условия формирования толпы — «это своего рода "ускоритель", который во много раз "разгоняет" ту или иную склонность, умножает ее, может разжечь до огромной силы» (Поршнев, 1965). В этом, собственно, он и видел реальную конкретность того, что прежние авторы считали «гипнотической сущностью» толпы. Хотя, разумеется, мысль о «разгоне» тех или иных «склонностей» неизбежно приводила к пониманию многоликости и неоднородности толпы.

Проблема типологии толпы всегда представляла собой значительный интерес. Психологическая наука и практика давно научились выделять отдельные виды толпы и даже воздействовать на них. Однако проблема заключается в возможности (и реальности) быстрой трансформации толпы из одного вида в другие. Существуют четыре основных вида толпы: случайная, экспрессивная, конвенциональная и действующая.

Случайную толпу каждый может легко наблюдать на улице, где произошло, допустим, дорожно-транспортное происшествие. Столкнулись два автомобиля. И, естественно, вокруг сразу же остановилось несколько любопытных прохожих. Пока водители выясняют суть дела между собой, любопытствующие уточняют детали. Основной эмоцией в данном случае является банальное любопытство. Оно заставляет останавливаться все новых прохожих. Они обращаются к стоящим людям с расспросами, уточняя детали. «Циркулярная реакция» любопытства запускается на полный ход. Непрерывно, по кругу пересказывается, кто откуда ехал, куда поворачивал, и кто виноват. Причем теперь пересказывать это начинают все новые члены толпы, которые сами не видели происшествия. Начинается «эмоциональное кружение»: привлекая все новых любопытствующих, толпа по кругу воспроизводит один и тот же эмоциональный рассказ. В отдельных случаях водители, разобравшись между собой, уже могут уехать, но толпа будет оставаться и даже увеличиваться за счет действия названных механизмов. Особенно типичны такие ситуации для восточных стран, где прохожие меньше озабочены рациональным использованием своего личного времени. Постепенно уже устойчивая случайная толпа вполне может трансформироваться в толпу экспрессивную.

Экспрессивная толпа обычно представляет собой совокупность людей, совместно выражающих радость или горе, гнев или протест — в общем, что-то эмоционально выражающих. Это может быть, например, горестная толпа на похоронах, идущая за гробом. Или, наоборот, это может быть толпа, радующаяся окончанию солнечного затмения. В нашем примере случайная толпа вокруг дорожно-транспортного происшествия может довольно быстро превратиться в экспрессивную толпу, выражающую, например, недовольство совершенно безобразной организацией уличного движения и абсолютно бездарной работой дорожной полиции. Обсудив детали происшествия и удовлетворив тем самым свое любопытство, такая толпа быстро создает объект, в отношении которого начинает выражать эмоции — в данном случае полицию.

Крайний случай экспрессивной толпы — *экстатическая толпа,* возникающая тогда, когда люди доводят себя до исступления в совместных молитвенных или ритуальных ритмических действиях. Это происходит в ходе ряда мусульманских праздников типа «шахсей-вахсей», на сектантских бдениях, иногда — на бурных карнавалах в некоторых латиноамериканских странах. В экстатическую толпу часто превращается молодежь на концертах своих музыкальных кумиров или даже на обычных дискотеках.

В нашем примере экспрессивно выражающая свое мнение толпа, собравшаяся вокруг дорожно-транспортного происшествия, также может до поры удерживать свою критику той же полиции в общепринятых рамках. Однако при высокой интенсивности эмоций и, скажем, общего невысокого авторитета полиции в обществе ситуация может резко измениться. От слов такая толпа может быстро перейти к соответствующим действиям, и тогда, скорее всего, пострадают оказавшиеся здесь представители правопорядка или находящийся поблизости полицейский участок. Согласно принятой типологии и закону быстрой трансформации, рассматриваемая нами толпа также превратится в действующую толпу, то есть в толпу, совершающую уже активные действия относительно реального или придуманного для себя объекта.

Конвенциональная толпа, в чем-то приближающаяся к рассматриваемой далее «собранной публике», руководствуется в своем поведении определенными правилами. Обычно такая толпа собирается по поводу события, объявленного заранее - спортивного состязания, политического митинга. В таком случае людьми движет определенный конкретный интерес, и обычно они готовы до поры следовать некоторым принятым в таких ситуациях нормам. Это могут быть зрители, скажем, футбольного матча. Внешне у такой толпы налицо все внешние признаки соответствия определенной «конвенции», установленным правилам поведения: билеты, отведенные места, соответствующие заграждения и недоступные зоны. Внутренне, однако, понятно, что зрители футбольного матча — это не посетители консерватории. Такая толпа остается «конвенциональной» до определенного момента. Она будет конвенциональной, пока хватит сил у конной милиции, ограничивающей проход болельщиков к станции метро по окончании матча. Однако собственные, внутренние «правила» поведения болельщиков-«фанатов» таковы, что они могут смести и милицию. Тогда от «конвенциональной толпы» не останется и следа — она превратится в следующий вид, в толпу действующую.

Действующая толпа считается наиболее важной в социально-политическом отношении и потому является наиболее пристально изучаемым видом толпы. Действу-

-

ющая толпа, в свою очередь, подразделяется на несколько подвидов. *Агрессивная толпа* — это множество людей, движимых гневом и злобой, стремящихся к уничтожению, разрушению, убийствам. *Паническую толпу* образуют люди, движимые чувством страха и стремлением избежать некой опасности (реальной или воображаемой). *Стяжательская толпа* состоит из людей, объединенных желанием добыть или вернуть себе некие ценности. Такая толпа разнородна, она может включать мародеров, вкладчиков обанкротившихся банков, погромщиков и т. д. Ее главная особенность — общее эмоционально-действенное единство на фоне осознаваемого в глубине души конфликта: ведь члены такой толпы борются за обладание ценностями, которых все равно на всех не хватит.

Особым подвидом действующей толпы является *мятежная (или повстанческая) толпа.* Окончательное название зависит от результата ее действий. В случае успеха она будет не просто «повстанческой», а даже «революционной». В случае поражения она может даже потерять статус «мятежной толпы» и превратиться в «случайный сброд», «путчистов» и т. п.

Еще не так давно Ю. А. Шерковин писал: «Повстанческая толпа — непременный атрибут всех революционных потрясений — характеризуется значительной классовой однородностью и безоговорочным разделением ценностей своего класса. Действиями повстанческой толпы уничтожались станки на первых механизированных фабриках в период промышленной революции, истреблялась французская аристократия, брались штурмом оплоты реакции, сжигались помещичьи усадьбы, освобождались из тюрем арестованные товарищи, добывалось оружие в арсеналах. Повстанческая толпа представляет собой особый вид действующей толпы, в которую может быть внесено организующее начало, превращающее стихийное выступление в сознательный акт политической борьбы» («Социальная психология», 1975). Но все изменчиво, и осенью 2000 г. лидер российских коммунистов Г. Зюганов уже публично заявлял, что повстанческая толпа, совершившая мирную революцию в Югославии, «пахла марихуаной, водкой и долларами».

Однако вернемся к нашему примеру. Из экспрессивной формы, выражающей негативное отношение к полиции, толпа легко (хотя здесь уже требуются вожаки) может превратиться в агрессивную толпу. Затем, направившись к ближайшему полицейскому участку и разгромив его, она вполне может побывать и в состоянии стяжательской толпы. Но этим дело может не кончиться. При наличии определенного внешнего воздействия такая толпа легко превращается в мятежную. И тогда ей мало разгрома одного участка — ведь «во всем виноваты власти!». И такая толпа, непрерывно увеличиваясь в объеме, уже движется к местам дислокации органов высшей власти с весьма недвусмысленными намерениями. Захватив их или заставив власти покинуть эти места, такая толпа превращается в революционную.

Вся политико-психологическая динамика такой трансформации толпы, от случайной до революционной, может занять от нескольких часов до нескольких дней. Наиболее яркий пример именно такой трансформации разных видов толпы нам удалось наблюдать в Иране в период краха шахского режима и прихода к власти режима аятоллы Р. Хомейни. В Тегеране все шло именно по этой схеме. В один момент в нескольких десятках концов города вдруг случились некие дорожно-транспортные происшествия. И возникли первые, вроде бы совершенно «случайные» толпы. Далее все пошло абсолютно по описанной выше схеме и привело к известным результатам.

Психология собранной публики

Позаимствуем пример у В. Шекспира. Перед Сенатом выступает Брут, и Сенат рукоплещет его планам и предложениям, явно одобряя их. Но вслед за Брутом выступает Марк Антоний. И тот же самый Сенат, с той же самой силой, рукоплещет теперь уже его предложениям, в итоге одновременно одобряя прямо противоположные планы.

Теперь — реальный исторический пример. Французский историк И. Тэн так описывал заседания Конвента: «Они одобряют и предписывают то, к чему сами питают отвращение; не только глупости и безумия, но и преступления, убийства невинных. Единогласно и при громе самых бурных аплодисментов левые, соединившись с правыми, посылают на эшафот Дантона, своего естественного главу, великого организатора и вдохновителя революции. Единогласно и также под шум аплодисментов правые, соединившись с левыми, визируют наихудшие декреты революционного правительства. Единогласно и при восторженных криках энтузиазма и выражения прямого сочувствия Колло д'Эрбуа, Котону и Робеспьеру, Конвент посредством произвольных и множественных избраний удерживает на своем месте человекоубийственное правительство, которое одни ненавидят за убийства, а другие за то, что оно стремится к их истреблению. Равнина и гора, большинство и меньшинство кончили тем, что согласились вместе содействовать собственному самоубийству» (Бехтерев, 1919).

Как справедливо указывал все тот же Г. Лебон, «при определенных условиях — и притом только при этих условиях — собрание людей представляет совершенно новые черты, которые характеризуют отдельных индивидов, входящих в состав этого собрания. Сознательная личность исчезает. Собрание становится тем, что, я сказал бы, не имея лучшего выражения, организованной толпой, или толпой одухотворенной, составляющей единое существо и подчиняющееся закону духовного единства толпы» (Лебон, 1908).

Однако, несмотря на весь авторитет Лебона, трудно не согласиться и с Я. Щепаньским, утверждавшим, что собранная публика может выступать в нескольких видах[1]. Прежде всего, он выделял публику, собравшуюся случайно, или «сборище». Другой вид — публика, собравшаяся преднамеренно, которая тоже может выступать в двух различных формах: как публика отдыхающая, ищущая развлечений и как публика, ищущая информации (в том числе на митингах и политических собраниях).

В целом же, «собранная публика — это скопление некоторого количества людей, испытывающих сходное ожидание определенных переживаний или интересующихся одним и тем же предметом. Это общая заинтересованность и поляризация установок вокруг одного и того же предмета или события — основа ее обособления. Следующей чертой является готовность к реагированию некоторым сходным образом. Это сходство установок, ориентации и готовности к действию — основа объединения публики» (Щепаньский, 1969).

Механизм психологического объединения, в общем, вполне очевиден. После внешнего, физического соединения в одном помещении (публика редко действует на улице), под влиянием воздействия на всех одних и тех же стимулов среди публики образуются определенные сходные или общие реакции, переживания или устойчивые

[1] *Щепаньский Я.* Элементарные понятия социологии. С. 184.

ориентации. Такая публика обычно быстро осознает рождающиеся у нее настроения, что усиливает впечатления, вызванные действием общего стимула.

Однако Щепаньский делает вынужденное признание: «Таким образом, в публике могут возникнуть такие же явления, как и в толпе, а именно общее эмоциональное напряжение, утрачивание рефлексивности, ощущение единства, солидарности. Поэтому некоторые виды публики, как, например, сборища, собрания или митинги, могут легко превратиться в экспрессивную или агрессивную толпу» (Щепаньский, 1969). Значит, при наличии определенных различий между толпой и «собранной публикой» есть и немало общего.

Особое значение разных видов толпы и собранной публики проявляется в периоды социальных волнений, развития революционных настроений, войн, забастовок, когда любое собрание или сборище может превратиться в агрессивную толпу, а она, в свою очередь, в толпу повстанческую, если ею овладеют организованные группы, которые сумеют направить ее действия в желательном для них направлении. Примеров единства такого рода со стороны элитной «публики» и «низких» массовых толп в истории было очень много. Из последнего времени — в ходе целой серии «бархатных революций» в Восточной Европе на рубеже 80-х~90-х гг. XX века.

Несобранная публика

По мнению Я. Щепаньского, несобранной публикой являются, например, читатели одних и тех же газет, слушатели одних и тех же радиопередач, зрители одних и тех же телевизионных программ, читатели одних и тех же журналов. Не без причины в Польше укоренился термин «культура "Пшекруя"» («Kultura "Przekroju"»), имеющий в виду способы выражения, поведения, мышления и деятельности, созданные этим популярным еженедельником. Примером российской действительности 1990-х гг. стала безусловно специфичная «аудитория НТВ». Однако развитие прогресса порождает все новые общности. Сегодня уже необходимо всерьез рассматривать в качестве несобранной часто уже достаточно единую публику «жителей Интернета».

С внешней точки зрения, несобранная публика — это всего лишь «поляризованная масса», т. е. большое число людей, мышление и интересы которых ориентированы идентичными стимулами в одном направлении, и которые ведут себя сходным образом. Это сходство может проявляться не только в бытовых, но и в более социально важных вопросах — в идеологии и политике. В несобранной публике внешне не проявляются феномены, характерные для толпы или собранной публики. Не проявляется в таком объеме «эмоциональное заражение», не исчезает полностью рефлексивность и не развивается в полном объеме процесс деиндивидуализации. Хотя заражение и идет, но это — заражение со стороны радио или телевидения. Разумеется, и электронные, и печатные средства массовой информации активно способствуют снижению рефлексивности и деиндивидуализации аудитории, однако в полной мере, как в толпе, для них это трудно достижимо.

Всякие виды «поляризованных масс», несобранной публики, представляют собой базу для выработки сходных взглядов, готовности к некритичному восприятию определенной информации, базу для создания мнения по некоторым вопросам, готовности к реагированию сходным образом на идентичные стимулы. Следовательно, они

являются готовой базой для возникновения мнений и настроений — макроформ массового сознания и соответствующего поведения.

Особым примером такой эволюции несобранной публики является действие избирательных кампаний и возникающее в результате массовое электоральное поведение. Данной проблеме посвящено множество специальных исследований. Однако общие механизмы электорального поведения достаточно просты. Несмотря на все разговоры о «новых технологиях», массовое электоральное поведение в целом продолжает оставаться в значительной степени стихийным, подчиняясь общим закономерностям. В конечном счете, электорат делится на две неравные части. Первая, меньшая часть — это организованный электорат, действующий на основе индивидуального или группового сознания и подчиняющийся управляющим этим сознанием структурам и институтам. Вторая, значительно большая для любой современной демократической страны часть, представляет собой неорганизованный электорат.

Общим механизмом поведения несобранной публики являются массовые настроения, возникающие на основе веры в завышенные обещания. На этом всегда играли и продолжают играть до сих пор основные политические игроки — политические партии, движения и отдельные кандидаты на выборные посты. Как писал в свое время Г. Лебон, «избиратель требует невозможного, и поневоле приходится обещать требуемое. Отсюда появляются сплошные реформы, утверждаемые без малейшего понятия об их возможных последствиях. Всякая партия, желающая добиться власти, знает, что это возможно только превзойдя обещаниями своих соперников» (Лебон, 1908). Соответственно, основной инструмент массовой демократии по Лебону — это воздействие на массовые настроения и целью побуждения определенного поведения людей.

С течением времени мало что изменилось. Основываясь на богатом практическом опыте, американские специалисты так описывали модель «несобранного» электората: «У избирателя есть определенные принципы. Он в какой-то мере рационален и располагает информацией. У него есть и интересы, однако присутствуют они не в той экстремальной, отработанной, совершенной и детализированной форме, в которую их унифицирование облекли политические философы» (Berelson et al., 1959). В решениях большинства избирателей даже в обществах с рациональной политической культурой преобладает стихийный выбор, основанный на эмоциональном отношении и присутствующих в данный момент массовых настроениях.

Основные формы стихийного поведения

Массовая паника

Одним из наиболее заметных и политически важных видов поведения толпы является паника — эмоциональное состояние, возникающее как следствие либо дефицита информации о какой-то пугающей или непонятной ситуации, либо, напротив, как следствие ее избытка и проявляющееся в импульсивных действиях. Соответственно, на основе паники возникают панические толпы со специфическим поведением.

В общепринятом смысле под «паникой» как раз и понимают массовое паническое поведение. Об этом напоминает и происхождение термина: слово «паника», почти

идентичное во многих языках, происходит от имени греческого бога Пана, покровителя пастухов, пастбищ и стад. Его гневу приписывалась «паника» — безумие стада, бросающегося в пропасть, огонь или воду без видимой причины. «Начинаясь внезапно, это безумие распространялось с пугающей быстротой и влекло всю массу животных к гибели. Спасающаяся толпа представляет собой типичный случай панического поведения. Известны также многочисленные случаи панического поведения и вне толпы, например, биржевая паника... Иногда эти случаи определяют как панический ажиотаж, которым обозначается массовое возбуждение, сопровождаемое лихорадочной деятельностью, направленной на избавление от возможной опасности» («Социальная психология», 1975).

К условиям возникновения паники относятся следующие.

1. *Ситуационные условия.* Вероятность развития массовых панических настроений и панических действий возрастает в периоды обострения текущей ситуации. Ко гда люди ожидают каких-то событий, они становятся особенно восприимчивыми ко всякого рода пугающей информации.
2. *Физиологические условия.* Усталость, голод, алкогольное или наркотическое опья нение, хроническое недосыпание и т. п. ослабляют людей не только физически, но и психически, снижают их способность быстро и правильно оценить положение дел, делают их более восприимчивыми к эмоциональному заражению и, за счет этого, снижают пороги воздействия заразительности, повышая вероятность воз никновения массовой паники.
3. *Психологические условия.* К ним относятся неожиданность пугающего события, сильное психическое возбуждение, крайнее удивление, испуг.
4. *Идеологические и политика-психологические условия.* Сюда относятся нечеткое осознание людьми общих целей, отсутствие эффективного управления и, как следствие, недостаточная сплоченность группы. Реальная практика, а также мно гочисленные экспериментальные исследования показали, что от этой группы условий в значительной мере зависит, сохранит ли общность целостность, един ство действий в экстремальной ситуации или распадется на панический чело веческий конгломерат, отличающийся необычным, вплоть до эксцентричного, по ведением каждого, разрушением общих ценностей и норм деятельности ради индивидуального спасения. Многочисленные эксперименты американских иссле дователей показали, что в неосознающих общность целей, слабо сплоченных и структурированных группах паника провоцируется минимальной опасностью (например, даже опасностью потерять несколько долларов или получить слабый удар током). Напротив, ситуации естественного эксперимента (войны, боевые действия) демонстрируют высокие уровни сплоченности специально подготов ленных, тренированных и объединенных общими ценностями (например, патри отизм) и нормами общностей людей.

Возникновение и развитие паники в большинстве описанных случаев связано с действием шокирующего стимула, отличающегося чем-то заведомо необычным (например, сирена, возвещающая начало воздушной тревоги). Частым поводом для паники являются слухи. Известно, например, что летом 1917 г. в России выдался один из самых обильных урожаев. Тем не менее уже осенью в стране разразился голод. Ему

способствовала массовая паника, которую вызвали слухи о предстоящем голоде, — она буквально опустошила прилавки, амбары и закрома.

Для того чтобы привести к настоящей панике, стимул должен быть либо достаточно интенсивным, либо длительным, либо повторяющимся (взрыв, сирена, серия гудков и т. п.). Он должен привлекать к себе сосредоточенное внимание и вызывать реакцию подчас неосознанного, животного страха. Первый этап реакции на такой стимул — потрясение, ощущение сильной неожиданности и восприятие ситуации как кризисной, критической и даже безысходной. Второй этап реакции — замешательство, в которое переходит потрясение, и индивидуальные беспорядочные попытки как-то понять, интерпретировать произошедшее событие в рамках прежнего, обычного личного опыта или путем лихорадочного припоминания аналогичных ситуаций из чужого, заимствованного опыта. Когда необходимость быстрой интерпретации ситуации становится острой и требует немедленных действий, именно это ощущение остроты часто мешает логическому осмыслению происходящего и вызывает страх. Первоначально страх обычно сопровождается криком, плачем, двигательной ажитацией. Если этот страх не будет быстро подавлен, то по механизму «циркулярной реакции» и «эмоционального кружения» развивается третий этап. На этом этапе страх одних отражается другими, что в свою очередь еще больше усиливает страх первых. Усиливающийся страх снижает уверенность в коллективной способности противостоять критической ситуации и создает смутное ощущение обреченности. Завершается все это действиями, которые представляются людям, охваченным паникой, спасительными. Хотя на деле они могут совсем не вести к спасению: это этап «хватания за соломинку», и итоге все равно оборачивающийся паническим бегством. Разумеется, за исключением тех случаев, когда бежать просто некуда. Тогда возникает подчеркнуто агрессивное поведения: известно, как опасен бывает «загнанный в угол» даже самый трусливый зверь.

«Панику обычно характеризуют как индивидуалистическое и эгоцентрическое поведение. Это... справедливо в том смысле, что целью такого поведения служит попытка личного спасения, которая не укладывается в признанные нормы и обычаи. Однако паника — это одновременно и массовое поведение, поскольку при ее возникновении осуществляют свое действие механизмы циркулярной реакции, внушения и психического заражения — характерные признаки многих видов стихийного массового поведения» («Социальная психология», 1975).

Внешне паника заканчивается обычно по мере выхода отдельных индивидов из этапа всеобщего бегства. Всеобщая усталость останавливает любые действия и эмоциональные переживания. Но паническое поведение не обязательно завершается бегством от опасности. Обычные следствия паники — либо усталость и оцепенение, либо состояние крайней тревожности, возбудимости и готовности к агрессивным действиям. Реже встречаются вторичные проявления паники.

Оценивая весь цикл панического поведения, надо иметь в виду следующее. Во-первых, если интенсивность первоначального стимула очень велика, то все предыдущие этапы могут как бы «свертываться». Это продемонстрировала паника в Хиросиме и Нагасаки после атомных бомбардировок. Внешне предшествующих этапов может вообще не быть — тогда массовое бегство становится непосредственной реакцией на панический стимул.

Во-вторых, словесное обозначение пугающего стимула в условиях его ожидания может само по себе непосредственно вызвать реакцию страха и панику даже до его появления. Так, страхом и паническим бегством реагировали солдаты в Первую мировую войну на один только крик: «Газы!».

В-третьих, всегда надо принимать во внимание ряд специфических факторов: общую социально-политическую обстановку, в которой происходят события, характер и степень угрозы, глубину и объективность информации об этой угрозе и т. д. Это имеет большое значение для прекращения или даже предотвращения паники.

Воздействие на паническое поведение, в конечном счете, представляет собой всего лишь частный случай социально-психологического воздействия на массы. Здесь действует общее по отношение к любой толпе правило: снизить интенсивность эмоционального заражения, вывести человека из гипнотического влияния данного состояния и рационализировать, индивидуализировать его психику.

Однако в случае паники есть и некоторые специфические вопросы. Во-первых, — это вопрос о том, кто станет образцом для подражания толпы. После появления угрожающего стимула (звук сирены, клубы дыма, первый толчок землетрясения, первые выстрелы или разрыв бомбы) всегда остается несколько секунд, когда люди оценивают произошедшее и готовятся к действию. Здесь им можно и нужно «подсунуть» желательный пример для вполне вероятного подражания. Кто-то должен крикнуть: «Ложись!», или: «К шлюпкам!», или: «По местам!». Соответственно, те, кто исполнят эту команду, становятся образцами для подражания. Жесткое управление людьми в панические моменты — один из самых эффективных способов ее прекращения.

Во-вторых, в случаях паники, как и массового стихийного поведения вообще, особую роль играет ритм. Стихийное — значит, неорганизованное, лишенное внутреннего ритма поведения. Если такого «водителя ритма» нет в самой толпе, он должен быть задан извне. Широкую известность приобрел случай, произошедший в 1930-е гг. после окончания одного из массовых митингов на Зимнем велодроме в Париже. Люди, ринувшись к выходу, начали давить друг друга, и все было готово к трагическому концу. Однако в проеме лестницы случайно оказалась группа приятелей-психологов, которые, сообразив, что может сейчас начаться, начали громко и ритмично скандировать потом уже ставшее знаменитым: «Не-тол-кай!». Скандирование данного лозунга-приказа было мгновенно подхвачено большинством присутствовавших, и паника прекратилась.

Известен эпизод и с пожаром в парижской Гранд-опера, когда толпа также готова была броситься из задымившего здания, сметая все на своем пути, однако была остановлена необычным образом. Несколько отчаянных смельчаков, встав во весь рост в одной из лож второго яруса, начали орать (пением это было трудно назвать) национальный гимн. Через несколько секунд к ним стали присоединяться соседи. Постепенно и остальные начали если не петь, то все-таки останавливаться — все же это был национальный гимн. В итоге театр встретил как всегда припоздавших пожарных исполнением гимна, к которому присоединились и пожарные. Затем людей вывели, а пожар потушили.

Роль ритмической и, отдельно, хоровой ритмической музыки имеет огромное значение для регуляции массового стихийного поведения. Например, она может за секунды сделать его организованным. Не случайно субботники и воскресники, демонстрации и прочие массовые или псевдомассовые акции советской эпохи встречали людей бравурной, маршевой, зажигающей музыкой. Известна роль хорового пения

солдат на марше. Не случайно большинство революционных песен, написанных в разные времена, разными людьми в разных странах, имеют сходную ритмику. Чилийская *Venceremos,* американская *We shall overcome,* французская «Марсельеза» или польская «Варшавянка» — ритм всех этих песен, наряду с соответствующим содержанием, был своеобразным средством противостояния страху и панике в острых ситуациях.

Известны и противоположные приемы. Если вы хотите сорвать митинг политических противников, подгоните к месту его проведения радиофицированный автобус и начните транслировать что-нибудь типа «Вы жертвою пали...» или любого реквиема. Тем самым вместо мажорных усилятся минорные, в частности, панические настроения. Можно привести много примеров такого рода.

Массовая агрессия

Не менее заметным и иногда даже более опасным видом поведения толпы является стихийная агрессия, обычно определяемая как массовые враждебные действия, направленные на причинение страдания, физического или психологического вреда или ущерба либо даже на уничтожение данной массой (толпой) других людей или общностей. Психологически за внешней стихийной агрессией — разрушительным поведением, всегда стоит внутренняя агрессивность — эмоциональное состояние, возникающее как реакция на переживание непреодолимости каких-то барьеров (например, социально-политических) или недоступность чего-то желанного. Именно высоким эмоциональным накалом стихийная агрессия отличается от агрессии организованной, при которой солдаты атакующей армии, например, вполне могут не испытывать сильных эмоций к своим противникам, даже убивая их. На практике стихийная агрессия всегда сопровождается еще и дополнительными сильными эмоциями негативного комплекса типа гнева, враждебности, ненависти и т. п. Впрочем, в психологии существует несколько десятков различного рода теорий, объясняющих те или иные аспекты агрессивности, — от врожденных биологических инстинктов до специальных форм социального научения, необходимых для успешной социальной адаптации в нашем сложном мире. Нам нет необходимости подробно останавливаться на них[1].

Для нас важно, что на основе агрессивности и агрессии в истории и современности периодически возникали и возникают агрессивные толпы с весьма специфическим поведением. Если войны обычно вели организованные армии, то восстания и революции совершали именно агрессивные толпы. В общепринятом смысле под «агрессией» как раз и понимают массовое агрессивное поведение толпы. Один из исследователей данной темы Дж. Роуэн определял агрессию как «неприкрыто насильственную, угрожающую, преднамеренную и не подчиняющуюся нормам силу», действия которой не спровоцированы аналогичными, противоречат обычаям, закону, ценностям» (Rowan, 1978).

Согласно принятым в западной цивилизации воззрениям, теоретически каждый человек должен иметь право на самоутверждение, а лишенный его — на самозащиту, чтобы восстановить чувство своей значимости, необходимое для нормального существования. Блокирование права на самозащиту ведет к агрессивности, особенно если оно длительно (как это часто бывает, например, в отношении к национальным

[1] Для желающих рекомендуем фундаментальную работу: *Бэрон Р., Ричардсон Д.* Агрессия. СПб, 1998.

меньшинствам). В результате агрессии человек вторгается в сферу власти или престижа, или на территорию другого человека и частично захватывает то, что удается. Если же агрессия блокирована, спираль ее принимает еще более крутую форму, взрыв насилия происходит по причинам прежде всего психологическим, приобретая подчас экстатический характер, когда восстание становится для его участников самоцелью (как это было, например, весной 1968 г. во Франции).

Как показывают исследования современных массовых беспорядков, волнений и восстаний, «важнейший лежащий в их основе фактор — чувство полного блокирования всех надежд» (Rowan, 1978). Тот же Дж. Роуэн приводит достаточно типовую схему событий на примере расовых волнений в негритянском гетто в пригороде Лос-Анджелеса. Факторы, предшествующие агрессии в таких случаях, известны. Это постоянная и массовая безработица одних, неинтересная и низкооплачиваемая работа других, напряженные отношения между населением гетто и полицией. Известна и динамика развития конфликта: незаконное требование полицейского к подозреваемому, его отпор, поддержанный группой близких ему людей. Затем — вступление в действие дополнительного наряда полиции, превращение группы в толпу, а локального сопротивления властям — в восстание. Далее оно охватывает уже весь район со всеми присущими восстанию атрибутами. Вывод исследователя таков: «Какое-либо действие, любое действие должно было в конце концов показать, что здесь человеческие существа, а не роботы» (Rowan, 1978).

К условиям возникновения агрессии исследователи обычно относят:

1) *физиологические условия* — алкоголь, наркотики.
2) *психологические условия* — уже упоминавшееся ощущение фрустрации, «невоз можности исполнения никаких надежд».
3) *ситуационные условия* в виде наличия лидеров, подходящих средств проявления агрессии (пресловутый «булыжник — орудие пролетариата») и т. п.
4) *провокационные действия* властей или их отдельных представителей, иногда мо гущие спровоцировать агрессию.

Для развития агрессии обычно требуются:

1) некоторый конкретный повод, подчеркивающий психологическую безнадежность ситуации для людей;
2) люди, готовые поддержать это ощущение безнадежности, но, одновременно, «кач нуть» толпу против тех, кто в этом может быть обвинен;
3) конкретный объект агрессии — представитель власти, угнетающего большинства или просто символ властного института.

Примерно эти условия совпали осенью 2000 г. в Белграде, когда конституционный суд объявил недействительными итоги выборов, на которых проиграл С. Милошевич. Собравшаяся перед парламентом оппозиционная и поначалу мирная толпа быстро стала агрессивной, смела полицейское заграждение и, по сути, осуществила революцию.

Среди наиболее важных для нашего понимания вариантов агрессивного поведения толпы различаются экспрессивная, импульсивная, аффективная, враждебная и инструментальная агрессия. Из самого названия понятно, что экспрессивная агрессия — это устрашающе-агрессивное поведение, главной целью которого является вы-

разить и обозначить свои потенциально агрессивные намерения, запугать оппонентов. Это не всегда и не обязательно выражается в непосредственно разрушительных действиях. Классические примеры экспрессивной агрессии — ритуальные танцы, военные парады, различного рода массовые шествия типа широко использовавшихся в свое время в разных странах ночных факельных шествий.

Импульсивная агрессия — обычно спровоцированное в результате действия какого-то фактора, мгновенно возникающее и достаточно быстро проходящее агрессивное поведение. Такая агрессия может носить прерывистый («импульсный») характер, возникая как бы «волнами», в виде своеобразных «приливов» и «отливов» агрессивного поведения.

Аффективная агрессия — чисто эмоциональный феномен, практически полностью лишенный действенного компонента. Этим она отличается от экспрессивной формы агрессивной толпы. Аффективная агрессия, как правило, представляет собой наиболее впечатляющий, но и самый бессмысленный вид агрессии. В состоянии аффективной агрессии толпы нападающих повстанцев, например, могут разбиваться о хорошо организованную оборону властей и будут обречены на поражение. Это то, что иногда называется «агрессивным ажиотажем» — особое состояние, требующее немедленных, любой ценой, жертв и разрушений. Как правило, жертвы в таких случаях как раз и превосходят достигаемые результаты.

Еще две формы агрессии стоят особняком от перечисленных выше. Во-первых, это враждебная агрессия, которая характеризуется целенаправленно-осознанным намерением нанесения вреда другому. Во-вторых, инструментальная агрессия, где цель действия субъекта нейтральна, а агрессия используется как одно из средств ее достижения. Понятно, что обе эти формы относятся к числу организованных, хотя внешне они подчас могут маскироваться под стихийное поведение толпы, подчиняясь задачам управляющих ими сил.

«Для форм агрессии, развивающихся в массовых социальных и политических явлениях (террор, геноцид, расовые, религиозные идеологические столкновения), типичны сопровождающие их процессы заражения и взаимной индукции, стереотипизации представлений в создаваемом "образе врага"» («Психология. Словарь», 1990). Однако особую роль в возникновении и поведении агрессивной толпы играет анонимность ее участников. Лабораторными и полевыми исследованиями доказано, что анонимность действует на толпу «побуждающе и возбуждающе». Таким образом, в целом массовая агрессия подчиняется всем основным законам массового поведения — в частности, описанным выше законам поведения толпы.

Соответственно, общим законам подчиняются и механизмы воздействия на агрессивную толпу. Так, в частности, известно, что лишение толпы анонимности с помощью средств массовой информации (крупные планы в телерепортажах, позволяющие фиксировать лица участников толпы) препятствуют росту ее агрессивности и даже способствуют ее организованности. В свое время изобретение несмываемой краски, которой полиция могла «метить» активистов таких толп, надолго искоренило сам феномен агрессивной толпы из социальной жизни.

Как и в любой толпе, важную роль в агрессивной толпе играют лидеры. Однако здесь есть одна существенная особенность. Прежде всего, велика роль лидеров как инициаторов восстания. Она уменьшается по мере увеличения толпы и усиления ее агрессивности — в таких ситуациях толпа становится наименее управляемой. Роль

лидеров, таким образом, велика лишь до тех пор, пока вокруг них не образуется толпа, далее действующая по законам собственного, стихийного поведения.

В заключение раздела приведем классический пример, одновременно иллюстрирующий проявления обоих рассмотренных феноменов — и массовой паники, и массовой агрессии.

Осенней ночью 1938 года в небольшом американском городке Гроверс-Милл, штат Нью-Джерси, согласно знаменитой радиоинсценировке фантастического романа английского писателя Г. Уэллса «Война миров», приземлился бело-желтый корабль марсиан. Радиоспектакль, осуществленный О. Уэллсом и актерами руководимого им театра «Меркьюри», была настолько реалистичен, что многие радиослушатели поверили в полную достоверность происходящего и в панике стали покидать свои дома, спасаясь бегством. Действительно, было от чего прийти в ужас. Радиошоу началось без всякого предварительного объявления, вклинившись в программу обычных передач компании Си-би-эс. «Мы прерываем наши запланированные передачи, — услышали огорошенные радиослушатели, — чтобы передать специальное сообщение. На пересечении двух сельских дорог близ Гроверс-Милл, нарушив пасторальную тишину здешних живописных мест, приземлились кровожадные существа, прилетевшие к нам с планеты Марс...»

Далее шли интервью с полковником-командиром батареи артиллерийских орудий, прибывших к месту приземления марсиан с приказом их уничтожить; беседы с членами конгресса и сената и т. п. В итоге эффект был достигнут потрясающий. Паника охватила миллионы жителей Нью-Йорка и десятков городов побережья. Бросая все и давя друг друга, люди спасались бегством. Потребовалось несколько дней для того, чтобы их успокоить, несколько недель, чтобы вернуть по домам, и несколько месяцев, чтобы ликвидировать нанесенный этой паникой материальный ущерб. Самое удивительное, что через 50 лет в Гроверс-Милл был поставлен бронзовый монумент, изображающий корабль марсиан и О. Уэллса у микрофона. На памятнике надпись: «Марсиане снова посетят наш город».

Величайшая паника века завершилась шуткой. Однако в 1958 году в Болинип произошла еще одна история. Там решили транслировать аналогичный радиоспектакль — разумеется, с учетом негативного опыта. Были сделаны все необходимые предупреждения, а затем в эфир был пущен перевод инсценировки О. Уэллса. Уже через несколько минут перед зданием радиостанции собралась возмущенная тол.па, потребовавшая остановить передачу. Когда руководство радиостанции отказалось это сделать, толпа быстро превратилась в агрессивную и разгромила здание радиостанции.

Так разные социально-психологические ситуации оказались способными дать два принципиально разных варианта стихийного поведения масс: от паники до агрессии.

Основные выводы

1. Возникновение и развитие наиболее ярких, стихийных форм массового поведен i \я обеспечивается особыми психологическими механизмами. Важнейшим из них

является так называемая «циркулярная реакция». Те или иные эмоциональные состояния, переживаемые массой, циркулируют как бы по кругу — повторяясь людьми, они со временем возвращаются к ним, поддерживая эмоциональную общность. Циркулярная реакция обеспечивает «эмоциональное кружение» — постоянное самозаражение членами массы друг друга одной и той же эмоцией. Такое «кружение» может носить взвинчивающий, стабильный или ниспадающий характер. Циркулярная реакция и эмоциональное кружение рано или поздно воплощаются в некоем образе, который формирует для себя масса в качестве образа мыслей или образа действия. И тогда чисто эмоциональные механизмы проявляются в конкретном поведении, в действенных формах.

2. Наиболее яркие формы массового поведения описаны на примере стихийного поведения толпы. Обычно это контактная, внешне не организованная общность, члены которой действуют эмоционально и единодушно. Важнейшая особенность толпы — повышенный динамизм, обеспечивающий легкость перехода из одного ее вида в другой. При обычной логике развития толпа развивается от случайной к конвенциональной, затем к экспрессивной и, наконец, к действующей толпе.
3. Психология «собранной публики» носит менее стихийный характер. Это связано с тем, что к собранной публике относятся люди, испытывающие не только сходные эмоциональные переживания, но и просто интересующиеся одним и тем же предметом. Это порождает определенный рациональный компонент, смягчающий влияние чистых эмоций. Помимо общих эмоций, собранная публика отличается сходством установок, ориентации и готовностью к определенному типу действия. Однако часто психологические механизмы поведения собранной публики внешне могут приближать ее к толпе.
4. Особенностью «несобранной публики» является отсутствие контактной близости. Это скорее виртуальная, чем реальная общность, например, аудитория одних и тех же средств массовой информации. Однако виртуальный характер собранной публики может превращаться в совершенно реальный, когда возникает ситуация выбора, например, в ходе политических избирательных кампаний. Тогда ранее только виртуальная близость порождает реальное социально-политическое поведение.
5. К наиболее ярким видам массового поведения относятся паника и агрессия. Они имеют достаточно схожие условия и предпосылки возникновения. Основные различия между ними связаны с тем, что паника — это эмоциональная реакция на пугающий стимул, связанная прежде всего со страхом и желанием избежать столкновения с источником страха. В отличие от паники, агрессия — это действенная реакция на эмоциональное переживание непреодолимости каких-то барьеров, мешающих достижению цели. Если паника — способ пассивной самозащиты, то агрессия, напротив, представляет собой средство нападения. Паническая толпа озабочена прежде всего самоуспокоением. Агрессивная толпа озабочена достижением своих целей и «наказанием» тех, кто стоит, по ее мнению, на пути их достижения. Часто одни и те же внешние обстоятельства могут порождать как паническое, так и агрессивное поведение. Это определяется особенностями психологического состояния, в котором находятся в данный момент люди.

;

Глава 1.4

Р... механизмы массовой психологии

Заражение как механизм психологии массы. 9 Внушение как механизм психологии массы. Ш Подражание как механизм психологии массы.

Еще Г. Зиммель задавался крайне любопытными вопросами. «Когда толпа людей разрушает дом, выносит приговор, издает крик, здесь суммируются действия отдельных субъектов в одно происшествие, которое мы обозначаем как одно, как осуществление одного понятия. Тут-то и возникает великое смешение: внешне единый результат многих субъективных душевных процессов толкуется как результат единого душевного процесса в коллективной душе. Единство результирующего явления переносится на предполагаемое единство его психической причины» (Simmel, 1908). Почему это происходит? Как возникает «единство результирующего действия»? Как суммируются действия отдельных субъектов? И что это такое: «осуществление одного понятия»?

Практически, во всех этих вопросах речь идет об одном и том же: о механизме формирования целостной массы из множества отдельных субъектов. Для психологии масс этот момент, безусловно, является одним из важнейших.

Рассматривая проблему психологических механизмов возникновения массы, в литературе обычно принято говорить о четырех таких механизмах. Это заражение, подражание, внушение и, в отдельных случаях, убеждение. Сразу подчеркнем, однако, что в различиях между этими понятиями и в сути обозначаемых ими явлений нам еще придется серьезно разобраться. Еще 3. Фрейд заметил: «Авторы (работ) по социологии и массовой психологии предлагают нам обычно в качестве объяснения одно и то же, хотя иногда под сменяющими друг друга названиями». Связано это прежде всего с особой сложностью массы как объекта научного изучения, и с быстротечностью, сложностью для фиксации протекающих в ней психологических процессов.

Сам Фрейд считал, что за всеми этими разными названиями стоит «магическое слово «внушение». Г. Тард называл главным механизмом «подражание». Однако «мы больше соглашаемся с автором, который поясняет, что подражание включено в понятие внушения и представляет собой лишь его следствие» (Brugeilles, 1913). Г. Лебон говорил о заражении и взаимном внушении отдельных лиц. У. Макдауголл предлагал принцип «первичной индукции аффекта», считая его удачной заменой и заражению, и подражанию, и внушению. Однако, будучи верным в качестве принципа, понятие первичной (а возможно, и вторичной, и т. д.) «индукции аффекта» все равно не объясняет тот механизм, по которому эта «индукция» происходит. Полемизируя с

У. Макдауголлом, 3. Фрейд показывал, что таким феноменом в работах Макдауголла все равно является внушение, однако и этот автор, и другие исследователи затруднялись с объяснением данного феномена. В результате протест Фрейда против такой невнятицы понятий у других исследователей «принял затем форму возмущения против того, что внушение, которое все объясняет, само должно быть от объяснений отстранено» (Фрейд, 1969). Сам Фрейд, в итоге, изрядно попользовавшись в своих целях богатой феноменологией названных авторов, обратился к своему любимому понятию «либидо», через которое и объяснял практически все — и феномен внушения, и всю психологию масс («сущностью массы являются ее либидозные связи»).

Таким образом, в итоге в психологии масс как бы исторически сложились две основные линии объяснения механизмов того, как масса становится массой. Первая линия, идущая от ТТТ Сигеле, отчасти повторенная Г. Лебоном и развитая в более поздних исследованиях, опиралась на понятие «заражение». Вторая линия, идущая в основном от работ У. Макдауголла, а уже затем продолженная 3. Фрейдом, на первое место ставила понятие «внушение».

Заражение как механизм психологии массы

Исторически первичным и главным психологическим механизмом, действующим в массе, всегда считалось заражение. Однако и вокруг этого явления постоянно развертывалась борьба теоретических взглядов. Суть этой борьбы заключается в двух моментах. С одной стороны, при внешнем наблюдении именно заражение выглядит наиболее очевидной особенностью поведения людей в массе. С другой стороны, заражение всегда казалось наиболее легко объяснимым феноменом. Самым простым было образное объяснение, по аналогии с заражением какими-то болезнями, например гриппом. Действительно, жизнь показывает: стоит одному человеку начать чихать и кашлять, как вскоре вокруг возникает масса таких же, чихающих и кашляющих индивидов. Есть и другая, психологическая аналогия. Стоит кому-то начать смеяться, как смех обычно подхватывается. Аналогично объяснялось распространение эмоциональных состояний в массе. Но за кажущейся легкостью объяснений скрывались многочисленные подводные камни. При углубленном рассмотрении далеко не все исследователи соглашались с подобным подходом.

Еще Г. Лебон писал: «Заражаемость есть легко констатируемый, но необъяснимый феномен, который следует причислить к феноменам гипнотического рода... В толпе заразительно каждое действие, каждое чувство, и притом в такой сильной степени, что индивид очень легко жертвует своим личным интересом в пользу интересов общего. Это — вполне противоположное его натуре свойство, на которое человек способен лишь в качестве составной части массы» (Цит. по: Фрейд, 1969). Однако Лебон не углублялся в дальнейший анализ таких «феноменов гипнотического рода», считая вполне достаточным указание на заражение как на наиболее важный психологический механизм существования массы.

Несмотря на все приведенные выше упреки 3. Фрейда, У. Макдауголл уделял феномену заражения вполне достаточное внимание. Согласно представлениям Макдауголла, заражение действует достаточно просто и вполне эффективно: «Факт тот, что

наблюдаемые признаки состояния аффекта способны автоматически вызвать у наблюдателя тот же аффект. Это автоматическое принуждение тем сильнее, чем больше количество лиц, у которых одновременно наблюдается проявление того же аффекта. Тогда замолкает критическая способность личности, и человек отдается аффекту. Но при этом он повышает возбуждение тех, кто на него повлиял, и таким образом аффективный заряд отдельных лиц повышается взаимной индукцией. При этом возникает несомненно нечто вроде вынужденности подражать другим, оставаться в созвучии с «множеством». У более грубых и элементарных чувств наибольшие перспективы распространяться в массе именно таким образом» (McDougall, 1920).

В современной социальной психологии под заражением понимается процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида к другому, протекающий на психофизиологическом уровне контакта помимо собственно смыслового воздействия или дополнительно к нему. Заражение может обладать различной степенью произвольности. При наличии обратной связи заражение способно нарастать в силу взаимной индукции, приобретая вид особой циркулярной реакции. «Такая реакция сопутствует эффективным массовым акциям, публичному восприятию ораторских выступлений, произведений искусства и т. д. и служит дополнительным сплачивающим фактором, пока не превысит некоторой оптимальной интенсивности. Однако вышедшее из-под контроля обоюдное заражение приводит к распаду формальных и неформальных нормативно-ролевых структур и вырождению организованно взаимодействующей группы в ту или иную разновидность толпы» («Психология. Словарь», 1990), т. е. массы.

Обратим внимание на определенную нелюбовь авторов данного определения к феномену заражения, однако по сути они абсолютно правы. Заражение противостоит нормативно-ролевым структурам и разрушает их своей эмоциональной интенсивностью, выступая в качестве механизма формирования и функционирования массы.

Однако Б. Ф. Поршнев справедливо считал заражение хотя и важным, быть может, внешне даже главным, но далеко не первичным феноменом в данном процессе. Для его характеристики он использовал различные понятия. Хотя все они, в той или иной степени, были связаны с заражением, но расшифровывались через иные феномены — прежде всего через подражание или «имитативность». Важным среди использовавшихся Поршневым понятий, например, было понятие «контагиозности» (заразительности), обладающей даже собственной биологической базой и чуть ли не собственным материальным субстратом в физиологии нервной деятельности: «психическая контагиозность, заразительность, опирается на выработавшуюся еще у животных предков человека несколько загадочную, ибо физиологи еще не раскрыли ее механизм, автоматическую имитацию, или подражательность» (Поршнев, 1966.). Поршневым использовались также понятия «имитативное поведение», «коллективная индукция» и др. В целом же Поршнев суммировал свою позицию следующим образом: «В явлении психического заражения в коллективе, в той или иной общности, следует, в сущности, различать два разных явления. Их можно определить как внушение и подражание» (Поршнев, 1966). То есть базовая формула такого подхода выглядит следующим образом:

заражение = внушение + подражание.

Это означает, что наблюдаемое со стороны заражение складывается из внешнего воздействия (внушение) заражающего и внутренней реакции (подражание) заражающегося.

• i

Подражание как следствие заражения

Если говорить о принципиальных различиях между подражанием и заражением, то они вполне очевидны на уровне здравого смысла. Если один субъект (индивид, масса) заражает, то другой субъект (индивид) заражается и в результате начинает подражать тому, кто его заражал. Таким образом, заражение и подражание соотносятся как активная причина и пассивное следствие.

Подчеркнем исключительно пассивную, в данной трактовке, сущность феномена подражания. По своей сути подражание в целом всегда является подражанием действию, поступку, мимике и пантомимике, одежде, и лишь в качестве частного подражательного акта выступает речеподражание — будь то подражание совсем непроизвольное (типа эхолалии) или же осуществляемое под контролем сознания. Из всего сказанного выше Б. Ф. Поршнев и делал свой основной вывод о том, что массовое подражание восходит к физиологическому явлению, общему для всех стадных и особенно высших животных, хотя иногда, конечно, оно может принимать и специфически человеческую форму (социальное подражание).

Как уже говорилось, в основе подражания лежит обычный имитационный акт. Животное видит только реакцию другого подобного себе существа, но не испытывает действия внешних раздражителей, породивших эту реакцию. И все же оно повторяет эту двигательную реакцию, подражая ей. Рационально объяснить, как внешнее наблюдение над другим животным превращается в действенный стимул для того, чтобы совершить то же самое движение конечностью, головой, корпусом, достаточно затруднительно. Слово «заражение», используемое по отношению к людям, ничего не объясняет в отношении животных. Можно, конечно, рассуждать об определенном «досознательном» отождествлении себя с другим существом, находящимся рядом. Можно допустить, что в сходных обстоятельствах при сходных воздействиях действует механизм эмпатии, неосознанного сопереживания, который и порождает подражательные реакции. Однако и это — достаточно сложные объяснения, также применимые только на уровне человека с его сложно организованной психикой. Зоологи и зоопсихологи обычно ограничивались констатацией простого наличия «инстинкта подражания» или «стадного инстинкта» — прежде всего потому, что все подобные явления были обнаружены у стадных животных.

Понятно, однако, что простой перенос закономерностей поведения, обнаруженных у животных, на поведение человека был бы абсолютно некорректен. Такая очевидная редукция высшего к низшему в данном случае мало чего объясняет — разве что в отдельных экстремальных ситуациях. Например, в боевой ситуации иногда действительно можно наблюдать рефлекторное подражание солдат друг другу. Если кто-то, бегущий впереди, вдруг упал, то очень часто падают все, бегущие за ним следом, — действует неосознанное предвосхищение, антиципация опасности от пули противника (даже если еще нет или не слышно выстрела). В спортивном состязании у бегуна, совершившего фальстарт, всегда находится несколько соратников, рефлекторно сры-

вающихся с места вслед за нарушителем правил, — но и тут действует нечто иное, а именно антиципация ожидаемого выстрела стартера. Можно допустить, что в экстремальных ситуации, при возникновении некоторых видов массы, у подражающих действуют те же самые механизмы. Тогда, действительно, можно говорить о неосознанном, рефлекторном, подчас чисто «мышечном» предвосхищении. Однако еще раз подчеркнем, что это справедливо только для определенного, причем достаточно узкого круга экстремальных явлений, в которых уровень сознания как рефлексии над своим поведением значительно снижен (у хорошего спортсмена или опытного бойца все «доведено до автоматизма»), а доминирует готовность к чисто мышечным реакциям. Такие виды человеческих масс существуют, и дальше, при исследовании разных видов толпы, мы еще столкнемся с ними. Однако это не объясняет все многообразные виды подражания, встречающегося в реальной жизни.

Совершенно верно писал Б. Ф. Поршнев о достаточно очевидных, впрочем, вещах: «В общем круг явлений подражания в жизни людей невероятно широк. Мы обычно просто не фиксируем на этом внимания. Во всяком обыденном общении и под его воздействием в личной и домашней жизни проявляется подражание. Устройство быта в огромной степени подражательно: еда, одежда, жилище, утварь воспроизводят пример. Манеры, повадки люди, не замечая, перенимают друг у друга, кстати, особенно интенсивно — дети, наиболее ослабление — старики. Обучение и воспитание тоже в какой-то мере опираются на подражание: повторение за учителем, подражание другим ученикам, подражание положительным примерам» (Поршнев, 1966).

Обыденное, повседневное подражание связано с таким свойством, как экономичность сознания. Как правило, наше сознание «дремлет» или даже вообще отключается, контроль с его стороны снижается при выполнении бытовых, обыденных операций. Зачем думать, если можно сделать так, как это годами, десятилетиями, всегда делают другие? Решение творческих задач и постоянная нацеленность на превращение любой задачи в творческую — удел немногих людей. В массе, где уровень сознания снижается автоматически, в силу того что присутствие большого количества людей как бы автоматически избавляет от ответственности и, следовательно, от необходимости думать самому, действует та же «экономичная» психология.

Подражание детей, подражание в процессе обучения основано на похожих вещах. Уровень сознания у детей, естественно, ниже, чем у взрослых людей. Когда ребенок не может чего-то сделать сам, ему значительно проще подражать взрослому. Более того, ребенок сам ждет и требует от взрослого образцов для подражания. Единственная проблема здесь — уровень контакта, доверия, эмпатии в их взаимоотношениях. Поэтому дети подражают не просто любому взрослому, а «значимому другому». Взрослые также подражают далеко не всякой, а прежде всего по каким-то причинам значимой для них, или референтной, группе.

Таким образом, в основе феномена подражания лежат несколько факторов, определяющих наличие ряда его разновидностей. Во-первых, простая имитация наблюдается в экстремальных ситуациях, когда сознание «отключается» либо по причине дефицита времени для осмысления ситуации и для принятия собственного решения, либо же по причине действия автоматизированных физических реакций — «мышечной антиципации». Во-вторых, обыденное подражание часто наблюдается как результат действия повышенной «экономичности» сознания в бытовых, повседневных ситуациях. В-третьих, особое, как бы «уважительное» подражание достаточно очевид-

но в ситуациях повышенной значимости того, кому подражают. В-четвертых, принижающее себя подражание является следствием ощущения недостаточности собственного опыта или неуверенности в своих силах в тех или иных ситуациях, в ситуации заниженной самооценки. Наконец, в-пятых, достаточно расчетливое (хотя и необязательно осознанное) подражание вполне может быть связано с совпадением потребностей, интересов и целей подражающего с аналогичными характеристиками тех, кому он подражает. Выше мы говорили о том, что в определенных ситуациях у человека появляется особая потребность пребывания в массе ради регуляции своих эмоциональных состояний. В таких случаях именно разделение эмоций, сопереживание сходных эмоциональных состояний может восприниматься как подражание.

Подчеркнем, что во всех этих ситуациях названные виды подражания основаны на ослаблении сознательного контроля над своим поведением. Причины здесь связаны не столько с теми, кому подражают, сколько с сознанием тех, кто готов, хочет и, в результате, реально подражает другим. Хотя, разумеется, во всех этих ситуациях присутствует тот (или те), кто заражает подражающего своими действиями или состояниями (подчас без собственного к этому желания). Следует только помнить, однако, что сила заражающего воздействия должна оказаться соответствующей готовности субъекта заразиться или подражать. Более того, стремление подражать часто может само заставлять человека находить себе объект для подражания — иногда, впрочем, совсем не стремящийся быть таким «объектом» и тем более кого-то чем-то «заражать».

В массе происходит совпадение: там всегда есть заражающие, и туда, как правило, как раз и тянутся готовые подражать. Не будет такого совпадения — не будет и психологической массы.

-

Внушение как следствие заражения

В отличие от как бы само собой происходящего заражения жестами, движениями и другими невербальными формами поведения, «внушение осуществляется почти только через посредство речи, т. е. его механизмом является слово». Внушение, таким образом, специфично только для человека. Соответственно, на основе этого Б. Ф. Поршнев и рассматривал феномен внушения как «словесное заражение» — естественно, основанное на более сложных психологических механизмах.

«Суть внушения состоит в том, что если налицо полное и безоговорочное доверие... то человеческие слова у слушающего вызывают с полной необходимостью те самые представления, образы и ощущения, какие имеет в виду говорящий; а полная ясность и безоговорочность этих вызванных представлений с той же необходимостью требует действий, как будто эти представления были получены прямым наблюдением и познанием, а не посредством другого лица» (Поршнев, 1966). Из сказанного очевидно, что для успешного внушения нужен высокий уровень контакта между внушающим и внушаемым. Всякий говорящий внушает, но далеко не всякое словесное внушение воспринимается как таковое — в подавляющем большинстве случаев присутствует встречная психическая активность, т. е. критическое отношение к самому говорящему или к его словам, сопоставление их с чем-то еще. Как правило, это сопоставление с собственным опытом или, что еще важнее, с актуальным собственным состоянием, со своей готовностью или неготовностью поддаться внушению. Эффектив-

ность внушения значительно усиливается в массе, когда человек не предоставлен самому себе, своему опыту или способности к размышлению. «Перенесемся в сильно упрощающий и обнажающий эту картину кабинет психиатра: отлично известно, что гипноз и внушение легче и эффективнее удаются по отношению к целой группе пациентов (или испытуемых), чем с глазу на глаз между гипнотизирующим и гипнотиком, внушающим и внушаемым... Считается, что взаимовнушение слушателей (или зрителей) увеличивает силу и эффект внушения. Мало того, что по мере роста числа членов коллектива эффект внушения тоже растет, оказывается, он растет быстрее, чем число членов коллектива, подвергаемых внушению» (Поршнев, 1966).

В отличие, однако, от 3. Фрейда и даже от Б. Ф. Поршнева, которые достаточно ограниченно рассматривали прежде всего гипнотическое, т. е. во многом насильственное, принуждающее сознание человека к чему-либо внушение, наука пошла по пути расширенного понимания этого феномена. Еще В. М. Бехтерев отделял медицинское внушение (в гипнотическом состоянии или в естественном сне) от внушения в бодрствующем состоянии, отмечая особую роль последнего в общественной жизни[1]. Вслед за ним сам Б. Ф. Поршнев, несмотря на использовавшиеся им примеры, вообще утверждал, что внушение в широком смысле может быть универсальным для понимания человеческих отношений, что оно тождественно пониманию смысла слов и речи, что понятое слово или внушенное представление — это практически одно и то же. Представляется, однако, что при таком, расширительном толковании понятия оно явно теряет свою объяснительную силу.

В современной психологии под внушением понимаются «различные способы вербального и невербального эмоционально окрашенного воздействия на человека с целью создания у него определенного состояния или побуждения к определенным действиям. Путем внушения могут быть вызваны ощущения, представления, эмоциональные состояния, волевые побуждения... В основе процесса внушения лежит ослабление действия сознательного контроля, осуществляемого в отношении воспринимаемой информации... Эффект внушения может возникать как следствие эмоционального заражения (например, массовые внушения в ходе паники) или в процессе целенаправленного воздействия средствами рекламы, пропаганды и т. п.» («Психологический словарь», 1983).

Роль внушения в рассматриваемом нами контексте достаточно конкретна. Тем более что тот же самый Б. Ф. Поршнев писал: «Некритическая внушаемость может быть подмечена у всех без исключения людей, но в очень разной степени: у детей много более, чем у взрослых; у людей утомленных и истощенных сильнее, чем при хорошем самочувствии; при сниженном тонусе коры мозга, при страхе, растерянности, неуверенности сильнее, чем в спокойном, бодром состоянии». Из сказанного явно следует, что внушение далеко не так уж универсально. Напротив, получается, что внушение - это достаточно частный случай заражения, осуществляемого посредством вербального воздействия. Значит, здесь применима вся та же самая логика, которую мы использовали при рассмотрении соотношения заражения и подражания. Внушение, как разновидность заражения, вызывает подражание — только не самим действиям, а вербальным образам этих действий, словам.

[1] *Бехтерев К. М.* Роль внушения в общественной жизни. СПб, 1898.

Успешность внушения связана с внушаемостью, как и успешность заражения связана с готовностью к подражанию. Более того, совпадают практически все факторы, как лежащие в основе внушения, так и определяющие эффективность некритического внушения. Тем более, естественным образом совпадает и общий вывод: «главный фактор — это авторитет внушающего в глазах внушаемого. Он складывается из двух сторон: уверенности внушающего в успехе своего воздействия и готовности внушаемого поддаться воздействию, т. е. его доверию и отсутствию каких-либо настораживающих "но"» (Поршнев, 1966). Выделим, на наш взгляд, самое главное — готовность внушаемого поддаться воздействию; «в конечном счете внушать людям можно только то, что в общем соответствует направлению их потребностей и интересов, их убеждений и воли...» (Поршнев, 1966).

Внушение как механизм психологии массы

Таким образом, предпринятый нами специальный анализ механизмов психологии масс через феномен заражения показал свою явную ограниченность. Заражение является прежде всего ярким, почти художественным образом. Реально, в психологическом понимании, за ним стоят либо подражание, либо внушение, либо и то и другое вместе. Соответственно, становится очевидным, что в научном отношении понятие «заражение» не обладает достаточной объяснительной силой и может быть оставлено только в качестве вспомогательного, иллюстративного, образного. Хотя внешне феномен заражения, безусловно, можно наблюдать в реальности, в анализе опираться на него представляется явно непродуктивным.

Рассмотрев одну из двух основных известных в литературе линий анализа (заражение как основной механизм психологии масс), обратимся ко второй аналитической линии, в которой в качестве основного механизма психологии масс рассматривалось внушение. При этом базовая формула данного подхода будет выглядеть уже по-другому:

внушение = заражение + подражание.

Заражение как следствие внушения

Согласно одному из достаточно противоречивых замечаний Г. Лебона, заражаемость как свойство индивида в массе является лишь следствием его внушаемости. Эта идея Лебона позднее очень импонировала 3. Фрейду, который был убежден, что в массе индивид «не сознает своих действий. Как у человека под гипнозом, так и у него известные способности могут быть изъяты, а другие доведены до степени величайшей интенсивности. Под влиянием внушения он в непреодолимом порыве приступит к выполнению определенных действий. И это неистовство у него еще непреодолимее, чем у загипнотизированного, ибо равное для всех индивидов внушение возрастает в силу взаимодействия» (Поршнев, 1966). Судя по всему, Фрейд совершенно искренне считал, что Лебон «действительно признает состояние индивида в массе состоянием гипнотическим, а не только его с таковым сравнивает».

По Фрейду, заражаемость и повышенная внушаемость очевидно неоднородны. Так как заражение в его концепции тоже должно быть проявлением внушаемости, Фрейд предлагал относить заражение к влиянию друг на друга отдельных членов массы, а явления внушения в массе, равные феноменам гипнотического влияния, связывал с «другим источником». Фрейд считал отсутствие указаний на этот «другой источник» наиболее «явным пробелом» в работах Лебона: в исследованиях последнего не упоминается главная, по мнению Фрейда, фигура — лицо, которое заменяет массе гипнотизера. По мнению же самого Фрейда, это и есть вождь, лидер, исполняющий роли «идеального отца» и фокусирующий на себе либидозные склонности членов массы. Между прочим, эта мысль была близка и Б. Ф. Поршневу, хотя он трактовал ее весьма своеобразно: «Эффект внушения также в огромной степени зависит от авторитетности внушающего в данной среде, следовательно, от олицетворения в нем организованности, сплоченности коллектива» (Поршнев, 1966). Для Поршнева сплачивавшиеся в массу индивиды действительно были растерянны, и мечтали обрести в массе новые силы, поэтому вождь-гипнотизер и связывался ими с соответствующими качествами, организованностью и сплоченностью массы.

Можно спорить относительно отмеченной 3. Фрейдом «пустоты» на месте лидера массы и отсутствия позиции гипнотизера в концепции Г. Лебона — в конце концов, лебоновские описания «апостолов-проповедников», вожаков массы, вполне адекватны роли гипнотизера, а исполняемые ими функции во многом просто тождественны гипнотизирующим. Другое дело, что не совсем понятны основания, по которым масса выбирает себе вожаков — у Лебона это происходит на основе туманно описанного «престижа» таких людей. Он нигде не объясняет, что же представляет собой этот «престиж». Однако вопрос даже не в этих частностях.

Принципиально дело заключается в том, что 3. Фрейд и Г. Лебон рассматривали разные виды массы. Фрейд, вроде бы отталкиваясь от Лебона (разумеется, где это было ему удобно), строил свои заключения на рассмотрении «искусственных», т. е. организованных, масс: «войске» и церкви. Лебон же рассматривал прежде всего массы аморфные, складывающиеся и развивающиеся самостоятельно, т. е. стихийные, неорганизованные. Вот почему, при внешней схожести исходных положений, их выводы столь различны и плохо сопоставимы друг с другом.

Безусловно, следует согласиться с тем, что для искусственной массы не просто важна, а первична функция руководства такой массой. Отсюда — ведущая роль «гипнотизера», вождя, лидера, руководителя, а также ведущая роль феномена внушения и принижение понятий «заражение» и «подражание» до уровня всего лишь условий успешного внушения.

Напротив, для стихийной, неорганизованной массы все обстоит наоборот. Напомним, что, по мнению Г. Тарда, такая масса сама «выталкивает своих вождей». Г. Лебон же фактически пытался обнаружить не механизмы овладения массы «вожаками», а описывал явления собственного, добровольного подчинения массы собственным состояниям. Ш. Сигеле, Г. Тард и Г. Лебон рассматривали массу саму по себе, а образующих ее индивидов — как главную и самодостаточную силу, как отдельных людей, самостоятельно и стихийно складывающихся в массы. В отличие от них, 3. Фрейд рассматривал массу как вторичное, производное явление, как своего рода особую функцию по отношению к «гипнотизеру», владеющему особыми механизмами «складыва-

ния» индивидов в массу. Вспомним еще раз, что по Фрейду и заражение, и подражание есть следствие внушения. Более того, часто как синоним «заражения», вытесняя это понятие, он весьма активно использует слово «заражаемость», сразу подчеркивая, что речь идет о пассивном залоге, о качестве индивидов, а не о возможности или способности «гипнотизера». Этим и объясняются вскрытые нами различия в позициях ' данных авторов.

Совершенно особое место в данном контексте занимают взгляды Б. Ф. Поршнева. Далее мы увидим, что он рассматривал массу как естественное, причем первичное, совершенно первобытное состояние человека, а психологию масс — как естественную основу появляющегося значительно позже индивидуального сознания. Понятно, что при таком ракурсе рассмотрения совершенно нет места для конкретного «гипнотизера» — в качестве такового выступает сама ситуация, вынуждающая людей подражать друг другу, и лишь позднее ее заменяет слово, связанные с ним суггестивные механизмы и люди, которые овладевают внушающей функцией слова.

Подражание как следствие внушения

При достаточно внимательном рассмотрении именно в этом моменте, с разницей почти в 50 лет, совершенно неожиданно оказываются очень близкими взгляды австрийского психоаналитика З. Фрейда и отечественного психолога Б. Ф. Поршнева. Разница между ними практически минимальна. Она сводится разве что только к тому, что для Поршнева роль гипнотической фигуры исполняло нечто (именно «нечто», и только во вторую очередь «некто» как персонифицированный носитель того самого «нечто»), названное им «авторитетом» и связываемое с авторитарностью как способом управления людьми. «Авторитет» у Поршнева сплачивает массу, обеспечивает ее монолитное единство за счет использования определенных психологических механизмов. Фрейд же все время подчеркивал роль совершенно конкретных «гипнотизеров».

Безусловно, поршневский «авторитет» обладает весьма значительными возможностями для эффективного внушения. Вспомним о том, что для Поршнева внушение в принципе являлось вообще достаточно тотальным, универсальным механизмом взаимодействия людей. Частный случай внушения — убеждение: внушение в той или иной пропорции соединено с убеждением, разъяснением. Задачи «авторитета» сложны — внушать-то ведь приходится разное. Соответственно, чем глубже расхождение между внушаемым представлением и действием, с одной стороны, и позицией, взглядами, состояниями внушаемых лиц, с другой стороны, тем сильнее должно быть их сопротивление и мощнее защитные реакции. Следовательно, тем неопровержимее должны быть доказательства «авторитета», тем выше должен быть сам «авторитет» внушающего и вера в него.

Убеждение, по мнению Поршнева, является словесно-логическим вариантом внушения — дополнительным, как бы вспомогательным механизмом формирования психологической массы, причем подходящим далеко не для всякой массы. Он полагал, что для современной ему общественной жизни более характерен отказ индивида поддаваться непроизвольному заражению, возникающему в результате внушения. «Чем выше уровень развития общества и вместе с тем самого человека, тем критичнее последний по отношению к силам, автоматически увлекающим его на путь тех или иных

действий и переживаний... Иными словами, развитый человек нуждается в убеждении, а автоматическое заражение действует на него ослабленно или вовсе не действует. Однако когда это соответствует его убеждению, он может весьма охотно поддаваться заражающему действию данной человеческой среды» (Поршнев, 1979).

Роль вербального убеждения как разновидности внушения отмечал еще 3. Фрейд, утверждавший, что масса часто легко подпадает под «поистине магическую власть слов, которые способны вызывать в массовой душе страшнейшие бури или же эти бури укрощать» (Фрейд, 1969). Однако для Фрейда, в отличие от Поршнева, воздействие словом не обязательно означало убеждение. Для Поршнева убеждение есть воздействие словом, обязательно связанным с рациональными аргументами и доказательствами. Для Фрейда же слово может выступать и совершенно обособленно, отдельно, но тогда ясно, что это не совсем убеждение, а скорее, все то же самое внушение, только называемое по-другому.

В другом месте 3. Фрейд пишет достаточно определенно: «Разумом и доказательствами против определенных слов и формул борьбы не поведешь. Стоит их произнести с благоговением, как физиономии тотчас выражают почтение и головы склоняются. Многие усматривают в них стихийные силы или силы сверхъестественные. Вспомним только о табу имен у примитивных народов, о магических силах, которые заключаются для них в именах и словах» (Фрейд, 1924).

Таким образом, развивая по-своему идеи Фрейда, Поршнев значительно разнообразил понятие «внушение», толкуя его значительно шире, чем основоположник психоанализа. Однако для нас важно иное — то, что выводы данных исследователей были удивительно схожими: подражание вторично, оно вызывается внушением и потому является его следствием. И это понятно: похожие выводы связаны с тем, что Поршнев, вне своих палеопсихологических изысканий, как убежденный марксист, также имел дело прежде всего с организованными, формируемыми массами. Большинство его примеров — это как раз «революционные», социально во многом однородные, «классовые массы». Наиболее яркий из приводимых им примеров «авторитета» — авторитет В. И. Ленина в рабочих массах.

Хотя, разумеется, стремясь к объективному анализу, Поршнев был вынужден признавать, что при всей важности внушения подражание также имеет очень большое значение и является эффективным механизмом массообразования. Ведь тот же самый авторитет — «образец для подражания». В одной из работ Поршнев приводит пример вождя, который «руководит не только приказом, но и показом». Получается, что настоящий поршневский «авторитет» использует не только внушение и убеждение, но и прямую апелляцию к подражанию как свойству образующих массу индивидов.

Однако даже этот «авторитет» — далеко не тот «идеальный отец», военачальник или священнослужитель 3. Фрейда. Тем более это не «вожак» Г. Лебона. Это не только В. И. Ленин, примеры общения которого с массой не мог не приводить Б. Ф. Поршнев — он был сыном своего времени. Следуя объективной логике анализа, он был вынужден признавать, что «авторитет» — это, скорее, не лицо, а некоторое качество, вырабатываемое самой массой. Это то, чему хотят подражать. По Поршневу, «сам авторитет порождается коллективом, общностью и психически индуцирован ими» (Фрейд, 1924). Это плод особого взаимовнушения членов массы. Вот почему персональный «авторитет не может вечно удерживаться на исходном психологическом

механизме внушения» (Фрейд, 1924). Отсюда и следует главный вывод Поршнева: «Далеко не каждая общность имеет лидера. Так, наименее организованные, аморфные общности скорее олицетворяют персонально в ком-то свой негативизм, свое негодование, чем имеют сколько-нибудь признанного руководителя» (Фрейд, 1924). Массы сплачиваются прежде всего против чего-то или кого-то, а не за что-то или кого-то. Так действует описанное Поршневым чувство общности «мы» — эмоциональная основа психологии любой массы.

Простое признание подражания следствием внушения никак не проясняет все возможные ситуации. Это во многом верно, но только для организованных, «искусственных» масс. Для других, прежде всего для стихийно возникающих или исторически давно существующих масс действуют иные механизмы. Причем настолько сильные, что с ними бывает крайне трудно справиться любому «авторитету», со всем его богатейшим арсеналом психологических инструментов внушения и убеждения.

Таким образом, попытки выделения в качестве главного механизма психологии масс какого-то одного феномена, заражения или внушения, подчинив ему остальные, представив их как его следствия, нельзя считать абсолютно достаточными. Более того, проделанный нами анализ еще раз показал, что при этих двух подходах неоправданно принижается, а иногда и вообще игнорируется феномен подражания. Хотя многие из приведенных выше примеров контекстуально, иногда даже вне зависимости от желания авторов показывают, что именно подражание играет основную роль в формировании и функционировании массы.

Подражание как механизм психологии массы

Анализируя различные позиции и сопоставляя их между собой, мы пришли к выводам, отчасти противоположным заключениям многих наших предшественников. Большинство из них пыталось объяснить психологию масс наличием чьих-то активных усилий — как правило, вождей, вожаков или авторитетов. Это было связано с тем, что они имели (или хотели иметь) дело прежде всего с организованными, «искусственными» массами.

Мы полагаем, что в основе психологических механизмов формирования массы лежат не столько активные факторы (чье-то стремление заражать, внушать, убеждать), но и факторы «пассивного» рода (согласие, готовность поддаться соответствующим стремлениям). Более того, массовое состояние — это, исторически, наиболее естественное состояние людей, диктовавшее им необходимостью выживания и противостояния природе. Для такого состояния было естественным наличие факторов «пассивного рода». И пусть позднее, в историческом развитии, на первое место стали выходить более организованные «искусственные» массы, праоснова психологии масс никуда не могла исчезнуть.

Мы убеждены в том, что субъект-объектный подход к психологии масс практически исчерпал себя еще в рамках теорий «героя» и «толпы». В. И. Ленин в данной связи писал: «Поклонники Лаврова и Михайловского должны считаться с психологией забитой массы, а не с объективными условиями, преобразующими психологию

борющейся массы» (Ленин, 1967-1984). Сегодня тем более ясно, что все обстоит гораздо сложнее. Ведь власть — это не только способность влиять на кого-то. В значительной мере природа власти идет снизу, от готовности «низов» подчиняться «верхам». Соответственно, и по отношению к массе ныне значительно более привлекательным кажется субъект-субъектный подход, учитывающий ответные реакции массы. В первую очередь, это и включает только внешне кажущуюся «пассивной» готовность массы подражать, т. е. ее готовность заразиться, получить внушение, оказаться убежденной. В общем же виде совершенно ясно, что основным таким механизмом является подражание. Именно через него и реализуется потребность индивида быть в массе. Подражая друг другу, люди легко образуют массы, и это самое простое из всех существующих объяснений. Согласно же известному методологическому принципу «лезвия Оккама», оно же должно быть и самым верным.

Роль подражания в жизни и некоторые его особенности мы отчасти уже рассмотрели выше, когда увидели, что попытки представить подражание как следствие заражения или внушения не могут полностью объяснить психологию масс. Дело в том, что это принципиально разные феномены. Если заражение, внушение и убеждение носят в основном внешний характер, приходят к индивиду извне, то подражание относится к внутреннему измерению его психики. Понятно, что в реальной психологии масс действуют как внешние, так и внутренние факторы, однако ошибкой являются попытки выводить одно из другого. Они действуют одновременно. Они одинаково необходимы. Однако роль их достаточно различна. Можно представить себе массу без заражения, без внушения и, тем более, без убеждения. Но трудно или вообще невозможно даже вообразить себе психологическую массу без феномена подражания. Более того, очевидно, что без готовности индивидов, образующих массу, к подражанию не действовали бы ни заражение, ни внушение, ни тем более убеждение.

Современная наука определяет подражание как воспроизведение индивидами, группами и массами воспринимаемого ими поведение других индивидов, групп и масс[1]. Еще проще — как «следование какому-либо примеру, образцу» («Психология. Словарь», 1990). Обратим внимание на то, что в скрытом виде эти два определения уже включают в себя и заражение, и внушение как обратные стороны этого феномена. Получается, что понятие «подражание» в содержательном плане включает их в себя. Однако дело даже не в этом. Как и не в том, что варианты определения «подражания» находятся почти в любом гуманитарном словаре, тогда как с определениями остальных приведенных выше понятий дело обстоит гораздо сложнее — от полного отсутствия (заражение) до указаний на «недостаточную разработанность в науке» (внушение). Дело в том, что понятие «подражание» имеет самую длинную и наиболее разработанную историю. Анализ показывает, что именно оно в наибольшей степени привлекало внимание исследователей, если выйти за пределы узкого круга авторов, писавших непосредственно о психологии толпы. Более того, именно теории подражания представляют собой особый «ряд концепций, составивших целое направление на стыке социологии и социальной психологии, которое объясняло социальное поведение и общественную жизнь через подражание — имманентно свойственное человеку стремление воспроизводить воспринимаемое поведение других индивидов и групп» (Ольшанский, 1990).

---

[1] Например, см.: Философский энциклопедический словарь. М., 1983.

Традиции теорий подражания имеют древнее происхождение — они идут еще от Аристотеля, приписывавшего именно подражанию важнейшую роль в формировании человека. Эти взгляды интенсивно развивались самыми разными исследователями и оформились концептуально к середине XIX века. В наиболее ярком виде эту проблему разрабатывал Г. Тард (1892). Он видел в подражании ни более ни менее как основу развития общества — в частности, главный механизм распространения практически всех инноваций и прогресса как такового! Он утверждал, что социальная динамика определяется именно подражанием, непрерывным повторением, до уровня массового, новых (поначалу, естественно, единичных) образцов чего бы то ни было. Тард был убежден в том, что подражание имеет тенденцию к бесконечному распространению: развитие идет от внутреннего подражания к внешнему, все более очевидному; от одностороннего — к взаимному и всеобщему. Согласно взглядам Тарда, подражание имеет три основные формы. Во-первых, это подражание другому человеку. Во-вторых, это подражание современным (мода) или привычным (традиции) образцам. В-третьих, это подражание самому себе (привычка). Тард объяснял через феномен подражания практически все: язык, право, традиции и многие другие социальные явления. По его глубокому убеждению, именно подражание есть основной закон протекания всей человеческой жизни, собственно говоря, и выражающейся в постоянном подражании.

Еще до Г. Тарда Ш. Сигеле действием феномена подражания объяснял изменения, происходящие с человеком в массе, в частности, нивелировку человеческой личности. Позднее уже цитировавшийся выше У. Макдауголл настаивал на врожденном характере подражания, считая его одной из форм духовного взаимодействия людей, наряду с симпатией и внушением. В рамках психологии ассоцианизма подражание считалось особой формой воздействия, при котором реакция объекта подражания становится особым условным стимулом для собственных реакций субъекта подражания на стимул. В рамках бихевиоризма феномен подражания стал рассматриваться в качестве одной из основ научения, подражание считалось результатом подкрепления успешных реакций. Фундаментальную основу изучения подражания составило исследование И. П. Павловым условных и безусловных рефлексов, взаимодействия первой и второй сигнальных систем. В работах Л. С. Выготского подражание рассматривается как один из важнейших факторов развития высших форм поведения человека, особенно в онтогенетическом развитии. В них подчеркивается связь способности к подражанию с возможностями субъекта и пониманием им ситуации, подвергаются критике механистические и интеллектуалистские интерпретации феномена подражания. Различные аспекты подражания в современной психологической науке изучались с позиций общей (А. Н. Леонтьев и др.), сравнительной (Н. Н. Ладыгина-Коте), педагогической, возрастной психологии, а также палеопсихологии (Б. Ф. Поршнев).

В XX веке, уже при сравнительно локальном социально-психологическом изучении явлений подражания, исследовалось главным образом взаимодействие социально-типических субъектов и объектов подражания. В итоге подражание изучалось, с одной стороны, как результат социального воздействия (например, влияние референтных групп, проблема конформизма и т. п.), а с другой — как разновидность и средство социального воздействия, как один из базовых механизмов приобщения индивида к социальному и культурному опыту.

Постепенно, с годами, теории подражания несколько утратили свою новизну, привлекательность и распространенность. По мнению ряда их критиков, со временем вскрывалась недостаточная объяснительная сила понятия «подражание». Постепенно его заменяли иные, более современные понятия для описания зависимого поведения, — например, тот же конформизм как проявление податливости человека феномену группового давления. Кроме того, считается, что для современного взрослого человека (в детской и возрастной психологии роль подражания до сих пор продолжает оцениваться весьма высоко) подражание имеет меньшее значение в силу большей развитости его индивидуального сознания. Однако данный тезис далеко не бесспорен и, по крайней мере, применим не ко всем культурам. Кроме того, он применим и далеко не ко всем состояниям человека.

Наконец, теории подражания с течением времени во многом утратили свою привлекательность потому, что в локальных исследованиях была выхолощена основная социально-психологическая суть данного феномена. А ведь подражание не есть результат или следствие чего-то. Это не разновидность и не средство социального воздействия (хотя внешне иногда и может выглядеть таковым). Способность к подражанию — это некоторое глубинное, базовое свойство психики человека, переходящее к нему от животных.

Разумеется, это свойство при таком переходе качественно видоизменяется, однако в своей основе подражание носило вначале биологически-, и только затем социально-адаптивный характер. Конечно, его роль серьезно снижается по мере развития произвольного индивидуального сознания, однако в определенных ситуациях, в определенных культурах, при определенных эмоциональных состояниях самого человека, именно подражание выходит на первый план.

Сам феномен подражания в социально-психологическом смысле — это в большей или меньшей степени осознанное и буквальное следование чужим поведенческим образцам, воспроизведение воспринимаемого поведения. Понятно, что подражание бывает осознанным или неосознанным; буквальным (простая репродукция) или относительно творческим; полным или частичным; добровольным или принудительным и т. д. Конкретный анализ различных видов поведения позволяет строить разные его классификации. Особенностью рассматриваемого нами подражания как феномена психологии масс является то, что оно возникает, как правило, при определенном снижении уровня индивидуального сознания. Возникающая в силу различных причин у человека потребность быть в массе для регуляции своего эмоционального состояния не просто снижает уровень рациональности индивидуального сознания — она делает его повышенно эмоциональным. Такое эмоционально-аффективное состояние ведет к желанию разделить его с другими людьми. При возникновении благоприятных для этого ситуаций (включая хотя бы просто наличие некоторого числа людей, испытывающих близкие состояния или готовых разделить то состояние, которое испытывает индивид) актуализируется способность человека к подражанию. Из просто потенциальной способности она превращается в конкретную потребность, становясь на некоторое время главным механизмом поведения индивида. Тогда человек и начинает воспроизводить воспринимаемое им поведение людей, находящихся в сходном эмоциональном состоянии, следуя предлагаемым ему образцам регуляции своего эмоционального состояния. Так складывается масса подражающих друг другу людей.

В процессе такого подражательного взаимодействия, разумеется, испытываемые состояния усиливаются, достигая некоторого пика, а затем начинают идти на спад. Способность к подражанию, как биологическое наследие, доставшееся нам в несколько атрофированном виде, не беспредельна. Она достаточно быстро истощается, эмоциональное состояние разряжается, потребность в его регуляции насыщается, и тогда постепенно восстанавливается рациональный контроль над собственным поведением.

Естественно, что выраженность способности к подражанию и склонности человека к самому феномену подражания зависит от целого ряда факторов. Выделим наиболее существенные из них, наиболее важные именно для психологии масс.

Прежде всего, отметим общие социологические и демографические параметры. Многочисленные эмпирические исследования, в том числе проведенные в рамках изучения конформизма, позволяют установить ряд конкретных зависимостей и для безусловно родственного ему феномена подражания. Во-первых, подражание зависит от возраста — чем старше человек, тем менее он склонен к подражанию. Помимо этого, с возрастом меняются объекты и характер подражания: к старости людям свойственно не автоматическое имитационное подражание конкретным поведенческим образцам, а осознанное следование традициям и принципам.

Во-вторых, подражание зависит от пола — мужчины обычно менее склонны к подражанию, чем женщины. Здесь же надо выделить различный в половом плане характер подражания. Если для мужчин больше свойственно инструментальное подражание, то для женщин — эмоциональное.

В-третьих, подражание зависит от уровня образования — чем менее образован человек, тем больше он склонен к подражанию. И здесь подражание имеет различный характер. Менее образованный человек подражает конкретным поведенческим бытовым образцам, более образованный — образцам обобщенным, абстрактным, часто откровенно «книжным».

В-четвертых, подражание зависит от некоторых национальных особенностей — например, представители национальных меньшинств более склонны к подражанию, чем представители национального большинства. В-пятых, оно зависит от общего уровня социально-политической культуры, существующей в обществе. Так, в рамках «патриархального» или «подданнического» типа политической культуры (по Г. Алмонду и В. Вербе) уровень подражания намного выше, чем в рамках культуры «активистской». Соответственно, выше и вероятность возникновения масс и массового поведения. В последующих главах мы еще увидим эти различия вполне конкретно и достаточно наглядно.

В психологическом отношении подражание и его выраженность отчетливо зависят от целого ряда конкретных индивидуально-психологических параметров. Не вдаваясь в их детальное рассмотрение, отметим пока только самые общие и достаточно понятные моменты. Наиболее важными здесь, естественно, оказываются такие личностно-психологические характеристики, как сила «я», локализация контроля, адекватность самооценки и образа «я», податливость групповому давлению (склонность к конформизму) и т. п. Сюда же относятся критичность восприятия, уровень критичности мышления и общая способность человека к критике по отношению к собственному поведению. Здесь же — общий уровень эмоциональности индивида. Понятно,

что снижение одной части данных параметров, как и повышение другой ее части, облегчает проявления подражания. Соответственно, противоположные тенденции индивидуальной психологии, напротив, снижают или даже вовсе блокируют способность к подражанию, лишая ее возможности актуализации. Говоря обобщенно, чем более индивидуальным оказывается в психологическом плане индивид, тем менее он склонен к подражанию. И наоборот: чем менее индивидуализировано сознание и поведение, тем более склонным к подражанию и массовому поведению оказывается данный человек.

Основные выводы

1. Сложность вопроса о психологических механизмах формирования и развития массового поведения связана с ситуативностью и быстротечностью существования самих масс. Это особый ряд поведенческих явлений, исследование которых невозможно с помощью эксперимента и, в целом, не поддается моделированию. Единственным инструментом психолога здесь остается наблюдение, причем исключительно в естественных условиях. Все остальное — плоды умозрительных логических спекуляций над этими наблюдениями и конструирования внутренне непротиворечивых частичных моделей, объясняющих хотя бы отдельные фрагменты взаимоотношений человека и массы. Люди сплачиваются в массы под влиянием психологических феноменов заражения, подражания, внушения и реже убеждения, причем каждый из названных феноменов существует реально, исполняя свою специфическую роль.
2. Наиболее часто при объяснении массового поведения говорят о заражении. Имеется в виду, что эмоционально возбужденная масса как бы заражает новых индивидов, включая их в себя даже независимо от их желаний. Заражение — многоуровневый феномен. Начинаясь на психофизиологическом уровне, оно осуществляется и на общепсихологическом, и на социально-психологическом уровнях. Высшим уровнем можно считать смысловое заражение личности, носящее уже не только эмоциональную, но и содержательную окраску. Однако сила заражения всегда ограничена уровнем готовности человека заразиться массовыми переживаниями, степенью согласия (осознанного или неосознанного) подражать массе. Готовность к подражанию или склонность к внушению — условия эффективного заражения. С научной точки зрения, заражение — скорее яркий художественный образ, чем реальный психологический механизм формирования массы.
3. Вторым по степени участия в формировании массы считается феномен внушения. Воздействуя на человека вербальными или невербальными средствами, у него можно вызвать определенные состояния, создать некоторые ощущения, сформировать представления, возбудить эмоциональные состояния и даже волевые побуждения — условия совершения определенных действий. Внушающее воздействие оказывает как сама масса, так и внешние обстоятельства, способствующие ее формированию (например, в случае массовой паники). Однако, как правило, эффективное внушение не происходит самопроизвольно. Для успешного воздей-

ствия нужен суггестор. В прямом или переносном смысле, это всегда гипнотизер. Такую роль обычно берут на себя лидеры, «вожаки» массы. Однако анализ показывает, что само по себе внушение не способно объяснить все нюансы массового поведения. Действенное внушение требует готовности воспринять его, т. е. склонности к заражению или наклонности к подражанию со стороны объектов воздействия. Наиболее эффективно внушение в так называемых «искусственных» массах — типа армии, где младший по званию воспитан в духе обязательного исполнения приказа начальника. Напротив, в «естественных», стихийно и самопроизвольно возникающих массах роль внушения ослабевает. Такие массы как бы первичны по отношению к своим лидерам и хуже поддаются управлению — в отличие от «искусственных» масс, скорее вторичных по отношению к сформировавшим их руководителям, производным от их усилий.

4. Наиболее общим психологическим явлением, реально стоящим как за успешным заражением, так и за эффективным внушением, является феномен подражания. Именно готовность к подражанию обеспечивает результативность всех иных способов воздействия массы, ее лидеров и даже внешних обстоятельств на индивида, включение его в массу или поглощения ею. Основа подражания — следование какому-либо примеру, образцу. В конечном счете, психика человека достаточно экономична. Самостоятельное, творческое, инновационное поведение занимает сравнительно малую часть времени. Большая часть нашей жизни состоит из достаточно стандартных, автоматизированных нормативных действий, которые мы совершаем по воспринятым когда-то от кого-то образцам. Среди разновидностей или форм подражания в качестве базовой основы выделяют простую имитацию, свойственную даже животным. У человека чисто имитационное поведение наблюдается в экстремальных ситуациях, когда сознание временно отключается либо из-за нехватки времени на самостоятельный анализ событий, либо из-за включения чисто рефлекторных действий. Более сложный вариант — обыденное подражание, нормативное повседневное поведение, в котором мы даже редко осознаем его подражательную суть. Еще сложнее подражание авторитету, значимому для человека, или референтной группе, по нормам которой он хочет жить. Наконец, существует и подражание как следствие заниженной самооценки. Неуверенный в себе человек склонен подражать кому и чему угодно просто потому, что не имеет достаточных знаний и уверенности в себе. Особый случай — подражание как вполне расчетливое действие в надежде на достижение определенных выгод. В основе подражания, как бы толкающего человека в массу, лежит потребность в разделении своих эмоций с аналогичными состояниями других людей. Для того чтобы справиться с сильными эмоционально-аффективными процессами, люди готовы подражать тем, кто, с их точки зрения, уже справился или справляется со сходными проблемами. Только обладая определенной готовностью к подражанию (как раз и связанной с наличием потребности в регуляции своих эмоций через их разделение с массой), эффективным оказывается то, что со стороны воспринимается как заражение или внушение. В конечном счете, именно выраженная готовность к подражанию оказывается основным собственно психологическим, внутренним для человека, механизмом его вхождения в массу. Потребность в подражании, становясь самодовлеющей, побуждает человека к воспроиз-

водству воспринимаемого им поведения других людей, массы и следованию предлагаемым ему образцам регуляции своих эмоций.

5. Взаимоотношения индивида и массы настолько сложны, что не могут быть объяснены исключительным действием какого-то одного психологического механизма. Только совокупное действие подражания, заражения и внушения, при котором каждый из данных феноменов исполняет свою роль, обеспечивает все многообразие вариантов этих отношений и складывается в единый общий механизм возникновения и развития массового поведения.

Психология масс **в прошлом и будущем**

Интерлюдия: происхождение сознания. Ш *Интермедия: индивидуализация деятельности. № Апофеоз: двойственная роль развития речи.* S *Психологическая эволюция в истории человечества. Я Психология масс в социально-психологической перспективе.*

Философы давно утверждают путь развития человечества — это путь выделения и обособления отдельного человека. Вначале человек выделяется из природы, затем — из массы себе подобных. Изначально, в стае обезьян или в стаде неандертальцев, на дереве или в пещере, человек всегда существовал лишь как массовый человек. И только обретая отдельное, индивидуальное сознание, он становился человеком-индивидом. Однако малейшие «сбои» в функционировании этого сознания вели к возвращению массовых форм поведения. Причем в силу неравномерности исторического и особенно психологического развития разных наций и народов у разных общностей это происходило и происходит по разному. В целом, формирование индивидуального сознания наиболее ярко происходило у европейского человека. У остальных представителей человеческого рода, как мы увидим дальше, в силу замедленности развития рационального сознания действуют иные психические феномены, отличающиеся более выраженной массовостью.

Интерлюдия: происхождение сознания

Появление и развитие сознания носило безусловно адаптивный, вынужденный приспособительный характер. Особую роль в этом процессе играли изменения климата нашей планеты, связанные с ледниковыми периодами, осложнявшими весь комплекс условий жизни первобытных людей.Изменение условий существования требовало закрепления первичных навыков выживания. Ужесточавшийся климат требовал поисков искусственных источников тепла для приготовления пищи (особенно в связи с переходом от исчезавшей растительной пищи к пище животной) и защиты от холода. Известные археологические находки разделяют два основных типа первобытных людей: австралопитеков типа А (австралопитекус африканус) и типа Р (австралопитекус робостус). Тип А был маленьким, хрупким, всеядным, тип Р — большим и мощ-

ным вегетарианцем. Тип А жил на сравнительно голодных и холодных равнинах, тип Р — в обладавшем сочной растительностью первобытном лесу.

В итоге тип А оказался прародителем *Homo habitus,* «человека умелого», предка кроманьонца — наиболее близкого предка современного человека. «На основании многочисленных находок, а также изучения региональных географических и климатических условий жизни австралопитеков типа А можно прийти к выводу, что именно этот тип был вынужден совершенствовать свое знание об окружающей среде, используя все предоставлявшиеся ему возможности и средства. Изготовление орудий является наиболее концентрированным выражением этих знаний» (Клике, 1983).

В отличие от типа А, представители типа Р не испытывали в первобытном лесу давления жесткого естественного отбора. Достаточная обеспеченность пропитанием и защита леса не требовали от него выработки технических приемов для поиска пищи и борьбы за выживание. На местах находок его костей никогда не обнаруживались орудия. В результате более мощный тип Р вымер примерно 500 тыс. лет назад, частично став добычей представителей типа А. «Те австралопитеки, которые более удобно расположились в лесу, выбрав его постоянной средой своего обитания, сошли с пути к *Homo sapiens.* Такова была цена за удобства» (Клике, 1983).

По мнению многих исследователей, скудность жизненных условий у особей типа А стала причиной постоянных стрессовых состояний, частой неудовлетворенности основных биологических потребностей. Это предопределяло их постоянную вынужденную мобилизацию и необходимость совершенствования тех процессов поведенческой организации, которые устраняли состояния голода и страха, способствовали пропитанию и безопасности стада в целом и отдельных особей в частности. Это требовало способности к научению и развивало ее. «Колебания между нуждой и удовлетворением потребностей, постоянным страхом и вновь достигнутой безопасностью создали вместе с тем эмоционально-аффективный фон, который сыграл важную роль с точки зрения исторического развития» (Клике, 1983).

Таковы были геоклиматические предпосылки возникновения сознания. Из биологических предпосылок, безусловно, надо особенно подчеркнуть наличие у высших приматов, эволюционных предшественников человека, достаточно развитого и пластичного головного мозга. В совокупности именно эти два важнейших фактора, геоклиматические изменения и наличие пластичного головного мозга, стали важнейшими предпосылками вначале возникновения, а затем и достаточно бурного эволюционного развития сознания. Подчеркнем, что результат возник только как следствие совокупности этих двух моментов. По отдельности каждого из них было бы недостаточно.

Как известно, мозг существ, «которые роют или бьют каменным рубилом, не отличается по своему строению и объему от мозга людей, которые будут впоследствии проектировать соборы и самолеты, осмысливать математические доказательства, вычислять орбиты планет и создавать тем самым сферу духовной и материальной культуры». Однако они находятся на несопоставимых ступенях психического развития. Для того чтобы понять механизмы «включения» психической деятельности мозга, необходимо найти побуждающие и вынуждающие к этому внешние условия и их изменения. Это дает возможность понять логику перехода от инстинктивных действий животных к регулируемой психически деятельности человека, хотя бы первобытного.

В целом же необходимо иметь в виду, что «переход от биологической истории к общественной не отменяет основные биологические механизмы организации поведения. Но он изменяет тот комплекс ситуаций и событий, которые обусловливают мотивацию деятельности людей» (Клике, 1983). Таким образом, изменение комплекса геоклиматических условий и последовавшие за этим события привели к изменению мотивации. Внешне заданные условия привели к атрофии уже не достаточных для адаптации инстинктов и развитию иных механизмов, переводивших данные условия во внутренний мотивационный план.

Этапы развития индивидуального сознания исследованы в науке достаточно подробно. «Первая фаза, будучи чисто биологической, относится к эволюционной истории видов». Она определяется совершенствованием и возрастающей ролью в поведении живых существ процессов научения и их результатов. Научение создает индивидуальную память, организует опыт, который, фиксируя апробированные способы поведения, дает дополнительные возможности выживания даже в новых условиях. Научение повышает надежность принятых решений в первоначально неопределенных, сложных и конфликтных ситуациях.

«Содержание памяти, накопленное в ходе научения, становится основой для развития мыслительных процессов. Начало этой фазы относится к переходному периоду от животного к человеку» (Клике, 1983). Если научение образует индивидуальную память, то мышление основывается на использовании сохраненного в памяти знания. Уже простые поиски среди содержания памяти являются формой мышления. Итак, научение основывается на данных восприятия, а мышление — на содержании памяти. Питаясь образами восприятия, память остается связанной с миром восприятия, а мыслительные процессы могут отрываться от реальности, приобретать абстрактный, собственно «рациональный» (в отличие от непосредственно-эмоционального) характер. По Ф. Кликсу, это — итог третьей фазы развития человеческого сознания и интеллекта, которая относится к общественной истории и определяется функцией языка в мышлении и для мышления.

Однако неясно, что происходит до появления индивидуальной памяти. Психологической наукой совершенно не исследован период развития человека как массового существа, как «прачеловека массы». А ведь совершенно очевидно, что до индивидуальной памяти существовала (и существует поныне, наряду с ней, в психике любого отдельного человека) память массовая, групповая, родовая и видовая.

После выделения человека из природного мира (а последний сам противопоставил себя человеку с изменением геоклиматических условия) вынужденно произошло и выделение человека из животного мира. От синергического, почти синтонного сосуществования с природой, с другими животными видами, сменив растительную пищу на животную, обезьяночеловек типа А вступил с ним в жесткую конкурентную борьбу. Она укладывалась в логику межвидовой конкуренции до появления искусственных элементов — огня, первичных орудий труда и т. д. Но этот переход от чисто инстинктивного существования к еще не осознанному, полубессознательному, но уже в немалой части искусственному существованию не мог произойти без появления первичной «групповой психики». Ясно, что до выделения отдельного человека из массы себе подобных существовало массовое, групповое восприятие и массовые, групповые реакции. Существовала массовая, родовая и групповая (для удобства, будем говорить

«стадная») память, причем даже на генетическом уровне. Существовал общий генофонд такой стадной массы, и он носил необходимо адаптивный характер — иначе, например, просто невозможно объяснить промискуитет, естественное кровосмешение в пещерных массах первобытных людей.

Интермедия: индивидуализация деятельности

С австралопитеком «типа А>> отчетливо связан более близкий для нас и уже сопоставимый в анализе неандерталец — тип древнего человека, обитавший по крайней мере 100 тысяч лет назад и уже достаточно приспособленный к послеледниковым тундрам юга Европы. Это были охотники, поражавшие добычу с помощью заранее изготовленных камней и дубин, выкапывавшие ямы и прикрывавшие их листвой, а затем заманивавшие зверей в ловушки. Чтобы резать шкуры и отделять их от мяса, они изготавливали острые пластины из кремниевых ядрищ. Они могли не только сохранять огонь, но и разводить его. Понятно, что их охота уже должна была быть групповой, совместно организованной деятельностью — «кульминационным пунктом совместной жизни и одним из важнейших источников их чувства сопринадлежности». Они уже обладали первичными формами коммуникации — «во всяком случае, можно утверждать с полной уверенностью, что неандертальцы не были хрюкающими полуживотными, какими их представляют в некоторых книгах по истории» (Клике, 1983).

Судя по всем признакам, у неандертальцев появляется первичное «разделение труда», общая единая деятельность разлагается на отдельные действия, которые приобретают индивидуализированный характер.

До неандертальцев поведение первобытных обезьянолюдей носило совершенно стадный характер. Лишенное элементов индивидуализации и «разделения труда», оно было единообразно массовым. Исследуя эти моменты, А. Н. Леонтьев обращался за аналогиями к миру животных: «Мы можем наблюдать деятельность нескольких, иногда даже многих животных вместе, но мы никогда не наблюдаем у них деятельности совместной, совместной в том значении этого слова, в каком мы употребляем его, говоря о деятельности людей. Например, специальные наблюдения над муравьями, перетаскивающими вместе относительно крупный предмет — какую-нибудь веточку или большое насекомое, показывают, что общий конечный путь, который проделывает их ноша, является не результатом совместных организованных действий этих животных, но представляет собой результат механического сложения усилий отдельных муравьев, из которых каждый действует так, как если бы он нес данный предмет самостоятельно. Столь же ясно это видно и у наиболее высокоорганизованных животных, а именно у человекообразных обезьян. Если сразу перед несколькими обезьянами поставить задачу, требующую положить ящик на ящик, для того чтобы влезть на них и этим способом достать высоко подвешенный банан, то... каждое из этих животных действует, не считаясь с другими. Поэтому при таком "совместном" действии нередко возникает борьба за ящики, столкновения и драки между животными, так что в результате "постройка" так и остается не возведенной, несмотря на то что каждая обезьяна в отдельности умеет, хотя и не очень ловко, нагромождать один ящик на другой и взбираться по ним вверх» (Леонтьев, 1972).

Согласитесь, это очень похоже на описание случаев стихийного массового поведения, например, панической толпы людей, когда все начинают спасаться, как могут, а в итоге не могут осуществить даже того, что каждый в отдельности вполне мог бы сделать. В подобных ситуация люди ведут себя одинаково, но их деятельность не являются совместной, так как они только мешают этой одинаковостью друг другу.

Итак, можно считать установленным, что до неандертальца сознание как адаптационный механизм усложнения индивидуальной деятельности ради индивидуального выживания практически отсутствует. Доминирует массовая инстинктивная психика и соответствующее ей поведение. У неандертальца же обнаруживаются достаточно сложные формы неинстинктивной деятельности в виде зачатков индивидуального сознания, т. е. у него наблюдается расслоение до того единообразной массовой психологии.

Как показывают многие исследования, в стаде обезьян уже существует сложившаяся система взаимоотношений и своеобразной иерархии с достаточно сложной системой общения. Одновременно эти же исследования позволяют лишний раз убедиться в том, что несмотря на всю сложность внутренних отношений в обезьяньем стаде они все же ограничены непосредственно биологическими отношениями и никогда не определяются объективно-предметным содержанием деятельности животных. Хорошо известные случаи массовых набегов обезьян на человеческие поселения в Африке и Азии прекрасно показывают корни массовой психологии и массового поведения.

А. Н. Леонтьев связывал появление человека с расслоением прежде единой массовой деятельности и, соответственно, с расслоением прежде единой массовой психики. «Уж,е в самую раннюю пору развития человеческого общества неизбежно возникает разделение прежде единого процесса деятельности между отдельными участниками... Первоначально это разделение имеет, по-видимому, случайный и непостоянный характер. В ходе дальнейшего развития оно оформляется уже в виде примитивного технического разделения труда. На долю одних индивидов выпадает теперь, например, поддержание огня и обработка на нем пищи, на долю других — добывание самой пищи. Один участники коллективной охоты выполняют функцию преследования дичи, другие — функцию поджидания ее в засаде и нападения» (Леонтьев, 1972). Это ведет к решительному изменению самого строения, структуры деятельности: она расчленяется па отдельные действия. Но в основе такого реального расчленения деятельности и разделения ее компонентов между разными особями лежит главное: предварительное расчленение прежде единой массовой психики.

Иллюстрируя это положение, Леонтьев проводил четкое различие между инстинктивной деятельностью не людей и уже не инстинктивной деятельностью первобытных людей. Понятно, что тот же охотник-неандерталец осуществлял свою деятельность, как и его лишенные зачатков сознания предки, ради удовлетворения одной из своих потребностей. «Так, например, деятельность загонщика, участника первобытной коллективной охоты, побуждается потребностью в пище или, может быть, потребностью в одежде, которой служит для него шкура убитого животного. На что, однако, : непосредственно направлена его деятельность? Она может быть направлена, например, на то, чтобы спугнуть стадо животных и направить его в сторону других охотников, скрывающихся в засаде. Это, собственно, и есть то, что должно быть результатом I деятельности данного человека. На этом деятельность данного отдельного участника

охоты прекращается. Остальное довершают другие участники охоты. Понятно, что этот результат — спугивание дичи и т. д. — сам по себе не приводит и не может привести к удовлетворению потребности загонщика в пище, шкуре животного и др. То, на что направлены данные процессы его деятельности, следовательно, не совпадают с тем, что их побуждает...» (Леонтьев, 1972).

Это — принципиально важный момент. Действие отделяется от потребности. Более того, внешне оно даже противоречит этой потребности: «спугивание» животных может привести к тому, что они разбегутся и станут недоступными для охотника. Его действие имеет смысл при одном условии: что его продолжат своими действиями другие охотники, которые забьют зверя, и другие члены общности, которые разделают туши, приготовят еду, снимут и выделают шкуры и т. д. Но чтобы идти на внешне бессмысленное действие, охотник должен понимать, осознавать всю эту цепочку. И быть совершенно уверенным в том, что хотя он не забивает животное и не свежует его, но свою пайку, свой кусок мяса он обязательно получит. Участие в отдельном действии подразумевает общее вознаграждение. Вот на чем держится уже первичное разделение труда и расслоение прежде единой массовой психологии.

По меткому замечанию Леонтьева, все муравьи ведут себя как один. Так же вели себя предки неандертальцев. Как муравьи кучей бросаются на предмет, они кучей бросались на слона или мамонта. И чаще всего терпели неудачу. Большое животное уходило, калеча неудачливых охотников. Малых же животных не хватало для пропитания. Зализывание ран требовало времени. В это время, в отраженных психикой воспоминаниях о неудачной охоте, на голодный желудок и развивалось сознание. Как известно, это сытое брюхо к науке глухо. Голодное, напротив, стимулирует у людей развитие сознания (подчеркнем: индивидуального сознания). Расчленение деятельности на составляющие вело к специализации. Случайное разделение закреплялось. Самые длинноногие становились загонщиками. Самые сильные забивали животных. Самые умелые выделывали шкуры и изготовляли одежду. Самые умные становились во главе всего процесса.

Так происходило уже даже не психическое, а основанное на психическом, уже социальное расслоение прежде единой массы — стада первобытных людей. Хотя на этом этапе оно носило, безусловно, лишь самый зачаточный характер. Леонтьев пытался определить ту черту первобытного сознания, которая определяет его общее строение, общую формацию, сохраняющуюся на всем протяжении существования первобытной общины. И в качестве такой черты он обнаружил именно массовость, общую нерасчлененность сознания и психики в целом.

«Первоначально люди вовсе не сознают своих отношений к коллективу. Появляется лишь начало сознания того, что человек вообще живет в обществе» (Леонтьев. 1972). «...Начало это носит столь же животный характер, как и сама общественная жизнь на этой ступени; это — чисто стадное сознание, и человек отличается здесь от барана лишь тем, что сознание заменяет ему инстинкт или же — что его инстинкт осознан» (Маркс, Энгельс, 1951-1984). Поскольку отношения отдельных участников коллективного труда к условиям и средствам производства остаются в общем одинаковыми, то мир одинаково отражается как в системе языковых значений, образуюше:: сознание данной общности, так и в сознании отдельных индивидов — в форме этих же значений. Леонтьев полагал, что это сознание еще долго остается нерасчлененным это сознание общности, а значит, массы. Такое массовое сознание связано с общ-

ностью единых значений и отсутствием индивидуальных, личностных смыслов, которые появляются значительно позже. «Такая нерасчлененность в сознании смыслов и значений возможна потому, что круг сознаваемого еще долго остается ограниченным теми отношениями людей, которые непосредственно являются и отношениями всего коллектива, а с другой стороны, потому, что сами языковые значения являются недостаточно расчлененными» (Леонтьев, 1972). Совпадение смыслов и значений составляет главную особенность первобытного сознания. Распад этого совпадения лишь подготавливается внутри первобытнообщинного строя, но происходит лишь вместе с распадом этого строя. Таким образом, реально в жизни первобытных людей еще долго торжествует психология не индивидов, а масс.

Апофеоз: двойственная роль развития речи

Еще в середине XIX века известный натуралист Э. Геккель сформулировал главное отличие рода *Homo* в семействе *Hominidae* и его единственного вида *Homo sapiens.* Это главное диагностическое отличие — «дар слова». Б. Ф. Поршнев же считал, что дело обстоит еще более серьезно: слово способствует выделению человека из массы, но слово способно и вернуть человека в массу.

С эволюционно-адаптационной точки зрения очевидно, что оптимальной формой коммуникации, оставляющей руки свободными для орудийных действий и эффективной для достаточно больших расстояний является акустическое модулирование потоков вдыхаемого и выдыхаемого воздуха. Неандертальцы, судя по всему, могли продуцировать лишь довольно грубые, гортанные звуки, состоявшие практически из одних согласных. В дальнейшем развитие языка шло совместно с развитием сознания. Однако слово играло двоякую роль. С одной стороны, оно подчиняло: словесная «инструкция» активизирует двигательные отделы мозга и стимулирует прямое ответное действие того, к кому обращаются. Слово способно вводить в транс, оказывать гипнотическое действие и полностью подчинять слушающего. Согласно логике Б. Ф. Поршнева, так и происходило в первобытной массе: первоначально выделялся не самый сильный и не самый умный. Выделялся тот, кто первым овладел способностью производить членораздельные звуки. Эта способность завораживала других, заставляя их вначале подчиняться, а потом пытаться подражать. На этом держались все первобытные магические ритуалы, колдовство и шаманство. Это была суггестия в самом прямом и очищенном смысле слова. Кто-то один, сидя у костра в пещере, нараспев воспроизводил отдельные звуки, а все остальные, цепенея, слегка покачиваясь, пытались ему подражать, уже самостоятельно «включая» соответствующие внутренние механизмы собственной второй сигнальной системы. Такой вызванный звуком, а затем словом транс мог выливаться в ритуальный танец, мог возбуждать к войне или готовить к охоте. Весь обряд безусловно усиливал психологическую общность, создавал массообразное единство сознания и действия. Слово, будучи знаком, всегда было особой «прескрипцией». Л. С. Выготский утверждал, что знак в силу самой своей природы рассчитан на поведенческую реакцию, явную или скрытую, внутреннюю[1].

[1] См.: *Выготский Л. С.* Избр. психологич. исслед. М., 1956. С. 379.

Лишь с течением времени появилось и другое, противоположное действие слова — явление отрицательной индукции. Современная психология убедительно показывает, что словесная инструкция в некоторых случаях индуцирует противоположную, хотя и лежащую в той же плоскости, собственную второсигнальную стимуляцию, негативную аутоинструкцию, которую в этом контексте можно назвать волей. Подчеркнем: исключительно индивидуальной волей. Ее суть — в способности отдельного индивида противостоять психологии массы и попыткам массовизации, не поддаться ни внушению, ни заражению и уклониться от подражания, а также в появлении психически самоуправляемого индивида. Эта так называемая «воля», однако, представляет собой всего лишь внутреннюю речь («субвокальное говорение»). Освобождаясь от магии слова, обучаясь слову путем подражания, человек освобождался от действия чужого внушения, противопоставляя ему собственное сознание или, по крайней мере, самовнушение, а реально первую собственную мысль. «Машинальное выполнение внушаемого уступает место размышлению, иначе говоря, контрсуггестии. Отказанная прескрипция — это рождение мыслительного феномена, мыслительной операции "осмысливания" или выявления смысла...» (Поршнев, 1974). Вспомним А. Н. Леонтьева, который также говорил, что индивидуальное сознание появляется тогда, когда появляются личностные смыслы («коннотаты»), отделяющиеся от единого, массового значения («денотата»). По мнению Б. Ф. Поршнева, контрсуггестия «красной нитью» проходит через формирование личности, мышления и воли человека как в историческом прогрессе, так и в формировании каждой индивидуальности, в онтогенезе.

«Таким путем, — писал Б. Ф. Поршнев, — можно расчленить экстероинструкцию и аутоинструкцию, иначе говоря, внушение и самовнушение, еще точнее, суггестию и контрсуггестию» (Поршнев, 1974). Внушение есть проявление принудительной силы слова. Слова, произносимые одним человеком, неотвратимым, «роковым» образом предопределяют поведение другого, если только не наталкиваются на отрицательную индукцию, контрсуггестию. В чистом виде суггестия есть речь минус контрсуггестия.

Обратим внимание на то, что развитие речи у первобытных людей быстро приходит на смену отмирающему инстинктивному поведению. Получается, что постепенная индивидуализация деятельности и развитие зачатков индивидуального сознания требовали появления какого-то нового регулятора деятельности и инструмента массовизации психики. Слишком поспешная индивидуализация не могла быть адаптивной — в итоге просто распалась бы необходимая для выживания общность и поодиночке первобытные люди вымерли бы, не оставив следа. Не исключено, что научные дискуссии о том, куда же делись неандертальцы, как раз и связаны с тем, что эти первобытные люди забежали вперед на шкале психологической эволюции. Освободившись от инстинктов, индивидуализировав и специализировав деятельность, они не овладели речью. Индивидуализация их сознания шла по пути образного мышления, что подтверждается сравнительным анализом черепно-мозгового устройства. Можно предположить, что им не хватило механизмов, тормозящих поспешную индивидуализацию и облегчающих новую массовизацию, уже не на инстинктивной, а на речевой основе. Поэтому неандертальцы исчезли почти бесследно, а спустя несколько десятков тысяч лет места их обитания занял кроманьонец — уже почти современный человек, обладавший речью и, что важнее всего, развитыми лобными долями мозга —

по Поршневу, «органом внушаемости и торможения индивидуальности»[1]. Это, в общем, совпадает с данными современной нейропсихологии, в соответствии с которыми именно лобные доли являются центрами программирования поведения.

«История человеческого общества насыщена множеством средств пресечения всех и всяческих проявлений контрсуггестии». Это принципиально важное для нас наблюдение означает только одно: склонность человека к индивидуализации сознания и деятельности всегда порождала механизмы сопротивления этому, т. е. все новые механизмы массовизации и сознания, и деятельности. Вырываясь из-под гнета инстинктов, перволюди попадали в зависимость от образов. Вырываясь из под этой зависимости, они попадали во власть вербальной суггестии. Наконец, вырываясь из-под ее гнета через развитие индивидуальной контрсуггестии, они вновь сталкивались уже с новыми механизмами порабощения. В обобщенном виде Поршнев обозначает этот новый ряд феноменов понятием «контрконтрсуггестия». «Сюда принадлежат и физическое насилие, сбивающее эту психологическую броню, которой защищает себя индивид, и вера в земные и неземные авторитеты, и, с другой стороны, принуждение послушаться посредством неопровержимых фактов и логичных доказательств» (Поршнев, 1974). Собственно говоря, то же самое имел в виду и 3. Фрейд, размышляя об «искусственных массах», к которым в первую очередь относил армию («войско») с ее неизбежным насилием над индивидом, и церковь с приматом иррационального над рациональным. Как верно подметил тот же Б. Ф. Поршнев, доверие (вера) и суггестия — синонимы. Добавим недостаточно развитые или вовсе отсутствовавшие тогда феномены пропаганды и средств массовой информации, и получим вполне современный набор механизмов контрконтрсуггестивной массовизации индивидуального сознания и поведения.

Человек развивал сознание, противопоставляя себя неживой природе (геоклиматические факторы) и выделяясь из нее. Он противопоставлял себя инстинктам, выделяясь из массы животного мира. Овладевая собственной внутренней речью, он выделялся из массы пещерного стада, противопоставляя себя и шаману, и колдуну, и тем, кто был заворожен ими. Как мог, изо всех сил индивидуализировавшийся человек боролся с постоянно преследовавшей его психологией масс. Итог этой многотысячелетней борьбы достаточно печален. Получается, он делал это для того, чтобы служить в армии, ходить в церковь, слушаться политиков и смотреть телевизор. Согласимся, что в психологическом смысле посещение партсобраний мало отличается от внимания гортанным звукам шамана у костра в пещере где-нибудь под Неандерталем, за миллион лет до нашей эры.

Таков сегодняшний результат сложнейшей психологической эволюции человека, в ходе которой он развивал индивидуальную психику, освобождаясь от власти массовой психологии. Однако мало зафиксировать начало и конец пути. Во-первых, путь этот был долгим и достаточно занимательным — потому заслуживает специального анализа. Во-вторых, путь этот далеко не завершен. Впереди нас ждут новые столкновения психологии индивида с психологией масс. На смену нынешним придут новые

[1] Говоря современным нейропсихологическим языком, лобные доли выполняют функции социального контроля, планирования деятельности и нормативной регуляции поведения. Случаи «отключения» лобных долей, например, в наиболее частой форме, под влиянием алкоголя, приводят к ненормативной, а иногда откровенно девиантной гипериндивидуализации поведения.

формы, теперь уже контрконтрконтр- и так далее суггестии. Как, разумеется, и новые формы хотя бы временного освобождения от этих зависимостей.

Психологическая эволюция в истории человечества

Вырвавшись из первоначально массообразного состояния, приобретя основы индивидуальной психики, человек завоевал плацдарм для возможной дальнейшей борьбы. Однако борьба эта стала затяжной и продолжается до сих пор, причем с весьма переменным успехом. Расставаясь с психологией масс, человечество периодически все равно оказывалось в ее власти. В принципе, возникшее уже в конце первобытнообщинного строя разделение общества на элиту и массы сохраняется до сих пор. Понятно, что такое разделение в неявном виде включает социально-психологическое разделение людей на тех, кто обладает массовым сознанием, массовой психологией, и тех, чье сознание достаточно отделено от массы, т. е. индивидуализировано. Однако детали и, главное, динамика психологии масс в разные периоды истории человечества в сколько-нибудь целостном и последовательном виде практически никем не исследовалась.

Психология масс при рабовладении

Первобытнообщинный строй завершается становлением, по определению А. Н. Леонтьева, «простейшим внутренним строением сознания». «Это простейшее внутреннее строение сознания характеризуется тем, что для человека смысл явлений действительности еще прямо совпадает с теми общественно выработанными и фиксированными в языке значениями, в форме которых эти явления осознаются». Далее следует наиболее существенное: «Общая собственность ставила людей в одинаковые отношения к средствам и продуктам производства, и они одинаково отражались как в сознании отдельного человека, так и в сознании коллектива. Продукт общего труда имел общий смысл, например, "блага" и объективно-общественно — в жизни общины, и субъективно — для любого ее члена. Поэтому общественно выработанные языковые значения, кристаллизующие в себе объективно-общественный смысл явлений, могли служить непосредственно формой также и индивидуального сознания этих явлений» (Леонтьев, 1972).

Схематизируем сказанное ясно: нет частной собственности, нет индивидуального, «частного» сознания. Все слито, все единообразно и массово. Первая же частная собственность, по сути, появляется у людей на себе подобных, рассматриваемых в качестве средств производства. В результате рабовладельцы получают возможность развития индивидуального сознания (хотя бы в силу избавления от тягот грубого физического труда, перекладываемого на рабов), а у рабов укрепляется массовое сознание.

Однако, как полагал Б. Ф. Поршнев, парадокс заключается в том, что в глубинах первобытнообщинного строя человек был еще более порабощенным, чем при рабовладельческом строе. Независимым и свободолюбивым он был только по отношению к внешним врагам. Внутри племени и рода действовали подчинение и подражание и

не действовали непокорность и неповиновение. «Племя оставалось для человека границей как по отношению к иноплеменнику, так и по отношению к самому себе: племя, род и их учреждения были священны и неприкосновенны, были той данной от природы высшей властью, которой отдельная личность оставалась безусловно подчиненной в своих чувствах, мыслях и поступках. Как ни импозантно выглядят в наших глазах люди этой эпохи, они неотличимы друг от друга, они не оторвались еще... от пуповины первобытной общности» (Маркс, Энгельс, 1951-1984). Исходя из этого, Поршнев утверждал, что корни рабской покорности возникли значительно раньше рабства. Это не принуждение, а добровольное подчинение, при котором не брезжит даже помысел или ощущение какого бы то ни было протеста.

В классическом виде рабовладение возникло как форма господства более исторически развитых общностей над менее развитыми. Более расчлененное и индивидуализированное сознание порабощало более массовое. «На эту внутреннюю привычку к покорности старались опереться все колонизаторы, все работорговцы, недаром возведшие на пьедестал сентиментальную фигуру добровольного и преданного раба — "дядю Тома"» (Поршнев, 1979). Главную основу рабовладельческого строя точно определил французский писатель XIV века Ла Боэси: это «добровольное рабство», т. е. покорность, воспринимаемая как нечто совершенно естественное, следовательно, неощущаемое. Причем это первоначальное рабство также основано патом, что одни (рабовладельцы) уже знают, что такое частная собственность, а другие (рабы) еще не понимают этого. От покорности природе, затем традициям и богам следует естественная покорность другим людям.

«Объективные экономические отношения, особенно в ранние докапиталистические эпохи, подразумевали у множества людей, у большинства, а в глубочайшей древности — у всех, психологию отчуждения, а не присвоения, расточения благ, а не стяжания... Психологии расчетливого стяжания исторически предшествовала психология расточительного отчуждения. Затем — скрупулезного баланса. Политическая экономия первобытнообщинной формации... покоится на явлении безвозмездного дарения» (Поршнев, 1979). Лишь постепенно, в ходе последующих этапов развития человечества, изживается эта психология, и труд, продукты и блага начинают экспроприироваться все более принудительно. «Но еще в средневековых документах мы встречаем курьезные на современный взгляд законы и предписания, ограничивающие право дарения, т. е. спонтанное раздаривание имущества. Вспомним, как русские купцы и предприниматели подчас с легкостью раздаривали и разбрасывали стремительно приобретенные богатства: за ними не стояли поколения предков, вырабатывавших психологию экономии (и, как мы увидим далее, психологию частной собственности — *д. о.*)»[1]

По Б. Ф. Поршневу, первобытное дарение, расточение соответствует отношению ко всем прочим окружающим людям как к «нашим», к «нам». Напротив, отчуждение лица за компенсацию, тем более — накапливание для себя соответствует отношению ко всем прочим как к «ним», т. е. это неизбежно связано с развитием не только понятия, но и элементарного чувства собственности. Таким образом, рабство возникает как психологически совершенно естественное продолжение первобытнообщинного строя. Затем, разумеется, оно обрастает необходимыми атрибутами, превращаясь в

[1] Также. С. 221.

общественный и, главное, политический «строй». Однако это складывается со временем, по мере того как отсталым общинникам начинает надоедать безвозмездно «дарить» все иноземным пришельцам или собственным властителям. Тогда появляются грабительские походы, насильственное взимание дани, колодки, кандалы и т. д. Когда в людях начинает просыпаться нежелание безвозмездно отдавать плоды своего труда и сам труд (т. е. когда у них появляется осознание своей собственности), тогда их принуждают страхом и законом.

Так возникает базовый психологический парадокс рабовладения. «Первыми рабами, с точки зрения психологической, были те, кто первыми стали сопротивляться привычному беспрекословному рабству. Ибо только их надо было ставить в специальное правовое положение рабов, заковывать в цепи, плетьми и оружием принуждать к труду... Рабовладельческий строй возник тогда и там, когда и где люди стали пробовать разгибать спину. Их бросали обратно ниц, на землю, на колени. Их смиряли страхом. Да, рабы Древнего Рима были пронизаны страхом, но ведь господа тоже знали страх перед ними. Издавались законы, ковалось оружие, выдумывались боги и заповеди» (Поршнев, 1979).

Таким образом, массовая психология была основой естественного, «природного» рабства. Ее расслоение вело к разделению массы на рабовладельцев, рабов, а также тех, кто боролся против своего рабства. В основе психологии первых лежало осознание идеи и прелести собственности. В основе психологи вторых — полное отсутствие такой идеи. Наконец, психология третьих основывалась на первых проявлявшихся проблесках идеи индивидуальной собственности — пока еще собственности на само-. го себя, на свое тело и уже затем на производимый этим телом труд. Появление такого психологического разделения стало причиной становления рабовладельческого строя как достаточно целостной системы господства—подчинения.

Психология масс при феодализме

Собственно говоря, психология масс при феодализме в своей основе мало отличается от рабской психологии. Привычка, традиция, факт добровольного подчинения оформляются в сознании в идею «служения». Пеоны служат сеньору, крепостные крестьяне — землевладельцу, вассалы — сюзерену, дворяне — государю. Старая французская формула гласила: «Духовенство служит королю молитвами, дворянство — шпагой, третье сословие — имуществом, крестьяне — своим физическим трудом». Феодальное общество заинтересовано в повиновении масс. Именно в это время в истории человечества достигают высокого уровня развития наиболее эффективные механизмы контрконтрсуггестии — церковь и армия. Однако при феодализме уже происходит расширение того социально-психологического «класса», который осознает смысл собственности и индивидуальной свободы. Так постепенно на основе психологических признаков формируются элиты общества.

Для элит главным является демассовизация сознания и психики. Это творцы, инноваторы, а не ритуалисты. Они развивают и выделяют умственную деятельность в качестве особого вида труда. Для масс же главным продолжало оставаться прежнее — подчинение, теперь в форме служения, освященного религией и вынуждаемого вооруженной силой, армией и полицией. По мере развития феодализма эти механизмы

массовизации психики совершенствовались, приобретали статус соответствующих институтов, обогащались новыми методами. Обратим особое внимание на борьбу со «свободомыслием» — на кострах инквизиции сжигались и люди, и книги. Шла жесткая борьба с самими возможностями индивидуализации массового сознания. И долгое время она шла достаточно успешно. Постепенно, однако, дело стало приходить к естественному результату. Слишком жесткая борьба с индивидуализацией не только не сохраняет психологию масс в первозданном виде, а напротив, реактивно вызывает ее ускоренное расслоение. Слишком сильная суггестия или, в данную эпоху, уже контрконтрсуггестия вызывают сопротивление. Начинается новый виток индивидуализации, которая, впрочем, также быстро становится массовой, и порождает новые суггестивные механизмы своего сохранения. Собственно, именно на этом психологически и основан прогресс в развитии человечества.

Как известно, Ф. Энгельс различал «три формы рабства»: античное рабство, средневековое крепостничество и капиталистический наемный труд. В. И. Ленин подразделял три типа рабской психологии: раб, не осознающий своего рабского положения, есть просто раб; раб, довольный своим рабством, — лакей, и раб, бунтующий против своего рабского положения, — уже революционер. Однако и три типа рабства по Ф. Энгельсу, и три психологических типа раба по В. И. Ленину — это, в конечном счете, этапы преодоления массовой психологии рабства в социально-психологической истории человечества. В целом, понятны движущие силы такого прогрессировавшего преодоления, в том числе и в период феодализма: «рост производительности труда был в истории вместе с тем и ростом стимулов к производительности труда, следовательно, связан с изменением положения трудящихся в обществе. Средневековый крепостной или поземельно-зависимый крестьянин по своему социально-правовому положению свободнее античного раба, а наемный рабочий в капиталистическую эпоху по социально-правовому положению свободнее средневекового крестьянина» (Поршнев, 1979). Этой общей логике и подчинялось развитие феодализма.

Хотя внешне, разумеется, было еще очень трудно отличить прежнего раба или, еще хуже, первобытного человека от поземельно-зависимого феодального крестьянина. Известный французский писатель XVII века Жан де Лабрюйер так писал о французских крестьянах своего времени: «Порою на полях мы видим каких-то диких животных мужского и женского пола: грязные, землисто-бледные, иссушенных солнцем, они склоняются над землей, копая и перекапывая ее с несокрушимым упорством; они наделены, однако, членораздельной речью и, выпрямляясь, являют нашим глазам человеческий облик; это и в самом деле люди. На ночь они прячутся в логова, где утоляют голод ржаным хлебом, водой и кореньями. Они избавляют других людей от необходимости пахать, сеять и снимать урожай и заслуживают этим право не остаться без хлеба, который посеяли» (Лабрюйер, 1964). Тем не менее на их рабском или полурабском труде держалось все преуспевание феодальной эпохи.

Конец феодализма характеризуется серьезным ослаблением влияния прежних элит на массы, истощением этих элит и появлением новой массовой психологии. Восемнадцатый век считается переломным в истории нашего времени вообще и феодализма в частности. Феодальные абсолютные монархии достигли предела своего развития — соответственно, предела в угнетении масс. Все столетие, а особенно вторая его половина, отмечено крестьянскими восстаниями, плебейскими мятежами, нацио-

нально-освободительными войнами. Резко меняется характер производства: оно начинает приобретать более эффективный характер, связанный с внедрением машин.

«Главной силой, расшатывавшей и ослаблявшей феодально-абсолютистский строй, были народные массы. Уже в XVII и XVIII столетьях Францию потрясали мощные народные восстания. То здесь, то там вспыхивали огни крестьянских восстаний, порою распространявшихся на добрую треть королевства. Крестьянская война 1636-1637 гг., восстание "босоногих" в Нормандии в 1639 г., крестьянское восстание в Бретани в 1675 г., восстание "камизаров" в южных провинциях Франции в 1702-1705 гг., так называемая "мучная война" в 1775 г. — вот перечень только некоторых из известных крупных крестьянских восстаний. Нередко крестьянские восстания объединялись с вооруженными выступлениями городской бедноты, и тогда правительству приходилось напрягать до крайности силы, чтобы подавить это движение народа» (Манфред, 1983). В основах такого движения лежали вполне определенные социально-психологические причины.

Один из лучших историков этого времени писал: «Новые идеи и взгляды, обладавшие огромной силой революционизирующего воздействия, все шире и глубже проникали в сознание масс. Средневековая схоластика, обветшалые представления о божественной природе власти, устаревшие правовые нормы. Догматы церкви, мораль, нравы феодального общества — все было подвергнуто осмеянию, дискредитировано, разоблачено» (Манфред, 1983). Действие прежних контрконтрсуггестивных механизмов ослабевало, верх брала контрсуггестия. Массы раскрепощались. Прежде всего это были буржуазные массы — их ранее зависимое сознание освобождали собственная предприимчивость, деньги и все та же собственность. Однако к буржуазным массам активно присоединялось и крестьянство, массовизация которого разрушалась за счет влияния просвещения и первых появившихся форм идеологической борьбы. «Еще за много десятилетий до того, как накапливавшиеся... противоречия прорвались в революционном взрыве, в мире идей и мнений началась открытая борьба. Писатели, философы, историки, публицисты, представлявшие восходящую революционную буржуазию или народные массы, повели смелую атаку на идеологические позиции феодально-абсолютистского режима...» (Манфред, 1983).

Однако здесь мы сталкиваемся с очередным социально-психологическим парадоксом. Значительные усилия, направленные, казалось бы, на развитие индивидуального сознания, парадоксальным образом лишь создавали новую массу — борцов против феодализма, сторонников капитализма и буржуазной революции. Сами массовые действия даже индивидуально мыслящих людей сплачивают их в новую массу, ограничивая вроде бы индивидуализированное сознание. «В истории революций всплывают наружу десятилетиями и веками зреющие противоречия. Жизнь становится необыкновенно богата. На политическую сцену активным борцом выступает масса, всегда стоящая в тени и часто поэтому игнорируемая или даже презираемая поверхностными наблюдателями. Эта масса учится на практике, у всех перед глазами делая пробные шаги. Ощупывая путь, намечая задачи, проверяя себя и теории всех своих идеологов. Эта масса делает героические усилия подняться на высоту навязанных ей историей гигантских мировых задач, и как бы велики ни были отдельные поражения, как бы ни ошеломляли нас потоки крови и тысячи жертв, — ничто и никогда не сравнится, по своему значению, с этим непосредственным воспитанием масс...

в ходе самой революционной борьбы» (Ленин, 1967-1984). Итоги воспитания — появление новых суггестивных механизмов и новых масс. Этим путем прошли многие революции. Первой — Великая французская, завершившая эпоху феодализма победой капитализма, быстро сформировавшего новую массу наемных работников.

Психология масс при капитализме

Этот раздел данной темы можно считать одним из наиболее разработанных. Здесь уже все достаточно понятно. Развитие массового машинного производства порождает очередной виток массовизации психики. Машинное производство превращается в особый, не только вербально-психологический, но и реально-жизненный суггестивный фактор. Постепенно появляется тип «механического человека» с достаточно роботообразным поведением. Вместе с тем, появляется «частичный работник», жертва феномена отчуждения, у которого смысл трудовой деятельности (заработок) отделен от ее объективного значения (создание некоторого продукта). С одной стороны, так накапливаются предпосылки для «восстания масс» (X. Ортега-и-Гассет). С другой стороны, так же возникает и совершенно специфичное явление — «одинокая толпа» (Д. Рисмен).

За счет этого возникает очередная крайне парадоксальная ситуация во взаимоотношениях индивидуальной и массовой психологии. С одной стороны, за счет действия феномена отчуждения человек активно индивидуализируется. «Его основу составляет происходящее в этих условиях отделение основной массы производителей от средств производства, превращающее отношения людей все более в отношения чисто вещные, которые отделяются («отчуждаются») от самого человека. В результате этого процесса и его собственная деятельность перестает быть для него тем, что она есть на самом деле» (Леонтьев, 1972). За счет дальнейшей дифференциации человеческой деятельности, совершенствования разделения труда, интенсивного развития процессов обмена и возрастания функции денег он окончательно, по сравнению с феодализмом, отрывается от продукта своего труда. «Следствием происходящего «отчуждения» человеческой жизни является возникающее несовпадение объективного результата деятельности человека, с одной стороны, и ее мотива — с другой. Иначе говоря, объективное содержание деятельности становится несовпадающим с ее субъективным содержанием, с тем, что она есть для самого человека. Это и сообщает его сознанию особые психологические черты» (Леонтьев, 1972). «Для себя самого рабочий производит не шелк, который он ткет, не золото, которое он извлекает из шахты, не дворец, который он строит. Для себя самого он производит заработную плату, а шелк, золото, дворец превращаются для него в определенное количество жизненных средств, быть может, в хлопчатобумажную куртку, в медную монету, в жилье где-нибудь в подвале» (Маркс, Энгельс, 1951-1984).

Таким образом, феномен отчуждения приобретает еще и иной, не менее важный смысл: происходит не только отчуждение наемного работника от продукта его труда, но и отчуждение самого наемного труда от остальной жизни человека. Получается, что работник отчуждает часть своего времени в пользу работодателя, взамен получая заработную плату за потраченную в это время рабочую силу. Наемный труд из способа удовлетворения жизненных потребностей превращается для него в способ обрете-

ния неких «средств» для собственно жизни. Сама же «жизнь» оказывается наполненной многообразными индивидуальными потребностями. С другой стороны, массовое производство порождает одинаковые типы массового поведения и значительное количество общих потребностей. Массы наемных работников образуют целые общности, классы и социальные слои, противостоящие также достаточно массовой общности — классу буржуазии.

За счет всего этого развивается и совершенствуется строение сознания человека. Последнее же характеризуется тем, каково отношение объективных значений к личностному смыслу трудовых действий для работника. Смысл же зависит от мотива.

С одной стороны, у массового работника наконец появляется частная жизнь и даже частная (скорее, все-таки личная) собственность (хотя и ограниченная, однако уже включающая право личной собственности на свою, личную рабочую силу). Это определяет внешнее многообразие мотивов. С другой стороны, сами условия трудовой жизни диктуют необходимость не индивидуализации, а консолидации и обобществления требований к собственникам средств производства. Это сужает реальную мотивационную сферу, сводя необходимость реализации возникающих потребностей к главному и часто единственному — обеспечению заработка.

Положение человека существенно усложняется. Если на первоначальных этапах своего развития он имел труд как естественный способ решения всех своих проблем, то теперь, даже получая право личной собственности на свою рабочую силу, он вынужден бороться за право на труд. И тогда его психика может обретать совершенно извращенные формы. Фурье справедливо писал, например, что стекольщик радуется граду, который перебил бы все стекла. И это понятно — всеобщая беда станет источником большого заработка для стекольщика. Врач, имеющий частную практику, заинтересован в увеличении числа не выздоровевших, а напротив, больных. Частный ритуальный сервис в целом, как и отдельный могильщик в частности, заинтересованы в умножении числа покойников. «Проникновение этих отношений в сознание и находит свое психологическое выражение в «дезинтеграции» его общего строения, характеризующейся возникновением отношений чуждости друг другу тех смыслов и значений, в которых преломляется человеку окружающий его мир и его собственная жизнь» (Леонтьев, 1972).

Критика капитализма, однако, не является нашей задачей. Она состоит в ином — в объективном понимании того, что такое искаженное, дезинтегрированное сознание наемного работника при капитализме, в силу массового характера машинного производства на первоначальном этапе его развития неизбежно становилось достаточно массовым, хотя эта объективная массовость маскировалась субъективной дезинтегрированностью этого сознания. Отсюда становятся понятными, как минимум, две принципиально важные вещи. Во-первых, исчезновение психологии масс как таковой в западных исследованиях, уже практически с самого начала XX века. Идеология прав человека-индивида, вытекая из тенденции к индивидуализации жизни, противостояла тенденциям массовизации. Отсюда и возникал образ «одинокой толпы» как артефакта жизни капиталистического общества. Фактически тот же самый Д. Рисмен представлял объективно существующую массу людей как случайную толпу людей с дезинтегрированным сознанием.

С этим же было связано и рассмотрение даже очевидных случаев массового поведения как фактов поведения стихийного, неуправляемого, аномального и нетипичного. Толпа, паника, восстания и революции рассматривались как досадные случайности, нарушающие нормальный, нормативный ход развития событий. В лучшем случае они трактовались как некоторые «всплески архетипического поведения», в худшем — как проявления «массовых помешательств».

Однако, естественно, элиту капиталистического общества данная проблема не могла не тревожить. Х. Ортега-и-Гассет трактовал «восстание масс» как вполне реальную угрозу власти элиты, которая, с его точки зрения, не должна допускать такого развития событий даже ради ускоренного технического прогресса. Г. Лебон, остро критикуя «проповедников социализма», был вынужден признавать, что сами условия жизни капиталистического общества подготавливают появление такой деструктивной массы, которая может быть легко увлечена химерами и мифологемами на самые крайние, разрушительные действия.

Ясно главное: в условиях капитализма психология массового человека никуда не исчезает. Она продолжает сохраняться, хотя и претерпевает определенные существенные трансформации. Это особая массовая (в силу того, что ее основные черты оказываются одинаковыми для значительного числа людей) психология дезинтегрированного типа. Этим она действительно опасна. Первоначальный этап развития капитализма показал многочисленные примеры этого. От восстания «луддитов» и прочих «машиноненавистников» дело достаточно быстро дошло до развития идеологии пролетариата и социалистических революций. Только пережив целый ряд кризисов, уже в развитых своих формах капитализм обратился к проблемам социальной и социально-психологической интеграции общества. Гипертрофия роли человека-индивида сменилась вниманием к роли коллективных сообществ и психологии трудящихся масс, что особенно прослеживается в развитии европейского капитализма. Последние очевидно массовые выступления в Европе прошли в 60-е гг. XX столетия, да и они носили скорее возрастной, чем какой-то иной характер, отражая конфликты «отцов и детей» и естественное стремление молодости к инновации. В этой связи следует напомнить, что психология масс наиболее легко и быстро захватывает молодежь по сравнению с более зрелыми поколениями, женщин по сравнению с мужчинами, национальные меньшинства по сравнению с этническим большинством.

Последнее обстоятельство с особой силой довелось испытать на себе американскому капитализму. В отличие от европейского, он оказался менее обучаемым. Ситуация же осложнялась значительными потоками эмиграции. Вот почему США демонстрировали заметные проявления массовой психологии протеста до самого конца прошлого столетия, хотя их и списывали исключительно на национально-расовые особенности «протестантов». Фокус в том, что это абсолютно верно, но совершенно в ином смысле. Действительно, отсталость социально-культурного развития выходцев из стран Африки и Азии предопределяет заметно большую долю массового компонента в их психике, чем индивидуального. Массовость, меньшая расчлененность их сознания предопределяет массовые, а не индивидуальные поведенческие реакции. Дело именно в этих социально-психологических особенностях, а не в дискриминации и сегрегации и тем более не в агрессивности и отсталости афро-азиатских иммигрантов. Верно уловив суть, американские исследователи и идеологи недооценили наибо-

лее глубинные истоки массовых протестов, связанные с самой природой исторически постоянно видоизменяющейся, но, по сути, никуда не исчезающей при капитализме психологии масс.

Психология масс при социализме

Социализм в своих наиболее известных социально-политических формах (советский социализм и его производные) изначально и совершенно откровенно определял себя как массовую формацию, основанную на психологии масс и подчиненную ей. Мобилизация протестной дезинтеграционной активности масс была необходима лидерам социализма для свержения индивидуализировавшего человека капиталистического общества. На первоначальном этапе развитие идей социализма и было возможно только как реакция на поспешную индивидуализацию, как своего рода «откат» в прошлое, в котором не существовало отчуждения, а психика носила не дезинтегрированный, а целостный характер. Собственно, это и было возможно только на начальном этапе — позднее капитализм смягчил дезинтеграцию, и успехи социализма стали значительно менее заметными. Со временем, извлекая исторические уроки, капитализм даже позаимствовал понятие «социализм», имея в виду мягкие, неантагонистические формы капиталистического развития («социал-демократия»). Для классического же социализма был оставлен термин «коммунизм». Обратим внимание на то, что этот термин почти буквально, имея в виду «первобытный коммунизм», отражал массовую психологическую реакцию на капиталистическую индивидуализацию психики. Ликвидация собственности, деприватизация как коммунизация, обобществление всего, чего можно — таковы были формы подобной социально-психологической реакции. В качестве конечной цели провозглашалась ликвидация всех противоречий, создание гармоничного общества и всестороннее развитие личности в коллективе, для коллектива и через коллектив, т. е., по сути, в массе, для массы и посредством воздействия массы.

Позднее выяснилось, правда, что полный возврат к первобытно-гармоничному, недифференцированному труду возможен только в условиях труда рабско-принудительного (советский ГУЛАГ) или же рабско-суггестивного («трудовой энтузиазм» во имя коммунистической идеи). Таким образом, об идеалах приходилось постепенно забывать, реально же происходил возврат не только к исторически устаревшим целям, но и к старым формам контрконтрсуггестивной обработки психики отдельных людей для ускоренного превращения ее в массовую. Так постепенно складывался социалистический (коммунистический) тоталитаризм как полное торжество психологии масс под направляющим и руководящим влиянием правящей элиты.

Следует обратить особое внимание на то, как менялось отношение к массам у вождей русской революции. На этапе подготовки революции в стремлении к власти они пели гимны психологии масс. Однако по мере приближения власти отношения стало резко меняться: «Настроением масс руководствоваться невозможно, ибо оно изменчиво и не поддается учету; мы должны руководствоваться объективным анализом и оценкой революции. Массы дали доверие большевикам и требуют от нас не слов, а дел...» (Ленин, 1967-1984). Дальше — больше: необходимы длительные и упорные

усилия «для полного перелома настроений массы и перехода ее к правильному, выдержанному, целенаправленному труду» (Ленин, 1967-1984). И наконец, предельно откровенно, хотя и достаточно образно: «Надо научиться соединять вместе бурный, бьющий весенним половодьем, выходящий их всех берегов, митинговый демократизм трудящихся масс с железной дисциплиной во время труда, с беспрекословным повиновением — воле одного лица, советского руководителя, во имя труда» (Ленин, 1967-1984).

Не будем фиксироваться на воле «одного лица»; скорее, здесь важно то, что это лицо — «советский руководитель». Взяв.власть, социалисты оказались вынуждены заниматься тем же самым, чем раньше занимались их противники — совершенствованием труда и его дифференциацией. С учетом специфики «догоняющего» развития России, с учетом психологии имевшегося тогда в стране «человеческого материала» они избрали, возможно, единственно возможный социально-психологический путь: не индивидуальная, а государственная собственность; не индивидуальный, а государственный капитализм. Название «социализм» отражало скорее не суть, а форму преобразований, которые в целом не так уж отклонялись от магистрального пути развития человечества, которым психологически следует считать развитие и совершенствование деятельности и сознания.

Хотя даже в рамках избранной массовой формы, социалисты действовали не без учета факторов классического капитализма. Вспомним: сначала большевики надеялись наладить производство только на волне массового народного энтузиазма, затем поняли, что и личная заинтересованность поднимает производство. Они прекрасно отдавали себе отчет в том, что для построения эффективной экономики ее нужно строить «не на энтузиазме непосредственно, а при помощи энтузиазма... на личном расчете, на личной заинтересованности, на хозяйственном расчете...» (Ленин, 1967-1984).

Однако и тут, как и при классическом капитализме, поспешность и непоследовательность даже в строительстве государственного капитализма были опасны. В начале 1920-х гг., столкнувшись с рядом крестьянских («мелкобуржуазных» — вспомним, что это было наиболее негативное оценочное понятие российских социалистов) восстаний, новая власть поняла: «Это было в первый и, надеюсь, в последний раз в истории Советской России, когда большие массы крестьянства, не сознательно, а инстинктивно, по настроению были против нас... Причина была та, что мы в своем экономическом наступлении слишком далеко продвинулись вперед... что массы почувствовали то, чего мы тогда еще не умели сознательно формулировать...» (Ленин, 1967-1984).

В итоге вместо форсированного строительства государственного капитализма большевикам пришлось возвращаться к «мелкой» социально-психологической работе, добиваясь предварительной консолидации психологии масс с помощью уже давно известных в истории средств.

Основной механизм консолидации общества при социализме (коммунизме) основан на действии феномена контрконтрсуггестии, связанного с массированной идеологической обработкой населения и строительством особой квазирелигии. Возникающая в результате партийная социалистическая квазицерковь берет на себя функции вначале религии эпохи феодализма, а затем и первобытнообщинных культов.

Появление правящей касты жрецов и обслуживающих их интересы отрядов идеологов, «апостолов» социализма, строительство храмовых сооружений, мумификация тел вождей, выделение особых культовых мест поклонения, связанных с квазирелигиозной памятью («здесь родился...», «здесь жил...», «...бывал...» и т. д.), — симптомы такого социально-психологического «отката». Замедление темпов развития, приход к власти геронтократов, отказ от инноваций — его последствия, суть которых близка к восстановлению квазитрадиционного общества. Итогом же становится распространение массовой психологии «винтиков», представляющей собой нечто среднее между законсервированной психологией масс эпохи развития машинного производства (советский вариант государственного капитализма) или даже возврат к социальной психологии первобытной общины (восточные разновидности социализма).

Критика социально-психологических дефектов социализма также не является нашей специальной задачей. Проблема состоит в том, чтобы понять объективную логику развития социально-политических образований как отражение вполне определенных социально-психологических тенденций. Пусть последние заданы действием факторов социально-экономических, типа развития разделения труда и связанных с этим процессов, — в результате все равно возникает определенная доминирующая социальная психология, которая отражается в социально-политическом устройстве. С этой точки зрения история может быть представлена как непрерывный поиск баланса между развитием психологии индивида и психологии масс. Капитализм, особенно в своем первоначальном развитии, объективно означал попытку их жесткого противопоставления, с креном в сторону интенсивной индивидуализации. Социализм, как реакция на такой перекос, означал попытку их соединения, однако тоже с креном в сторону не менее интенсивной массовизации.

Особенности наиболее исторически успешного и длительного российского социализма были связаны с тем, что психология основных, крестьянских масс населения находилась в основном на докапиталистическом уровне развития. Поэтому бунтовавшие в городах рабочие легко нашли поддержку в крестьянской среде — достаточно было разрушить прежнюю, вековую веру в царя и заменить ее на что-то иное. «Долгие поколения забитой, одичалой, заброшенной в медвежьих углах мужицкой жизни укрепляли эту веру. Каждый месяц жизни новой, городской, промышленной, грамотной России подкапывал и разрушал эту веру» (Ленин, 1967-1984). Проблема заключалась, однако, в том, что в России начала XX века не было потомственного квалифицированного пролетариата. Крепостное право в России было отменено только в 1861 г. Значит, в начале века были живы люди, непосредственно вышедшие из него. А подавляющее большинство населения, в том числе и промышленные рабочие, были их детьми, впитавшими такую массовую психологию буквально «с молоком матери». Это были полурабочие, полукрестьяне с соответствующей маргинальной психологией. Поэтому после падения монархии (к чему массы, кстати, не имели прямого отношения) предмет веры был просто заменен — вместо монарха стали верить в Ленина, в большевистскую партию и ее идеи. Психологически, с точки зрения развития сознания, ничего принципиально революционного в России тогда не произошло. Просто исторически достаточно краткосрочная попытка развития капитализма и столыпинских реформ (связанных с индивидуализацией крестьянства и разрушением тради-

ционной общины) встретила сопротивление традиционной психологии масс. Это совпало с расцветом социалистических идей в Европе, приобрело соответствующее (не российское) идеологическое оформление и вылилось в победу русской социалистической революции. С социально-психологической же точки зрения, это было нечто иное. Это был реванш массовой психологии в ответ на попытку поспешной и во многом насильственной индивидуализации человеческой психики.

Психология масс в социально-психологической перспективе

На основе проведенного анализа можно сделать следующий главный вывод. Психология масс не есть пройденный и отброшенный этап в развитии человечества. Это определенный «этаж» в сложном «здании» человеческого сознания. Он никуда не исчезает, — просто над ним надстраиваются новые этажи, постепенно меняя общий вид постройки. Однако для того чтобы строение было устойчивым, необходим баланс между его внешним видом и фундаментом. Многоэтажное здание не устоит на коттеджном фундаменте: либо треснет фундамент, либо обрушатся верхние этажи. Собственно говоря, это и есть два возможных варианта перспектив развития психологии масс. Либо она расколется, раздробится на отдельные составляющие (групповое, корпоративное, наконец, чисто индивидуальное сознание), либо наступит естественный предел в индивидуализации сознания.

Первый вариант опасен разрушением целостности самой человеческой деятельности. В конечном счете, всеобщая индивидуализация в социально-психологическом смысле действительно может обернуться дезинтеграцией сознания, а в социальном смысле — торжеством непродуктивной анархии. Второй вариант — периодические всплески неосоциалистических идей, массовых беспорядков и, в конечном счете, возникновение новых вариантов тоталитаризма. Хочется верить, однако, что оба эти полярные варианта — лишь теоретически возможные конструкции. Реальная жизнь дает возможность предполагать развитие более мягких, промежуточных вариантов. Их суть будет состоять в такой постепенной перестройке «фундамента» массовой психологии, которая даст возможность постепенно надстраивать все новые этажи индивидуализации. Базовый вариант — такая взаимная перестройка глубинных основ психики и ее новейших социальных приобретений, которая позволит удерживать их равновесие и соблюдать баланс в их развитии. Многие тенденции развития разных сфер жизни последнего времени позволяют оценивать такой вариант как достаточно реальный.

Рассмотрим только один принципиально важный фактор развития конца второго — начала третьего тысячелетия современной истории человечества — информационно-компьютерную революцию. Появление персонального компьютера создает особый тип работника, который может наниматься на работу со своим средством производства — с тем же самым компьютером. Он оказывается одновременно и наемным работником, и собственником средства производства. Более того, технологический

прогресс делает такие средства производства доступными самым широким массам. Наличие же персонального компьютера в совокупности с современными коммуникационными средствами делает широко доступными гигантские информационные массивы. Это открывает огромные возможности для творческой деятельности человека. Не случайно все большую долю в экономике развитых стран занимает информационно-технологическая продукция. Тем самым меняется характер всей человеческой деятельности. Если в США в последние десятилетия традиционно «массовой» деятельностью (обеспечение продовольствием, индустриальное машинное производство) занимается не более 20-25 % трудоспособного населения (4-5 % фермеров «кормят страну», 15-20 % заняты в крупной индустрии), а численность «среднего класса» превышает 50 % и продолжает расти, то это означает кардинальные социально-психологические перемены. Исчезает реальная основа для усиления психологии масс.

Однако это процесс успешно идет только в развитых странах. Эти страны обеспечивают соответствующие условия, переводя массовые трудозатратные производства в развивающиеся страны, а также эксплуатируя природные богатства этих стран. Значит, в развивающихся странах массовизация будет нарастать. Не случайно наиболее опасным для человечества ныне считается потенциальный конфликт между высокоразвитым (индивидуализированным) Севером и развивающимся (массовизированным) Югом.

Сказанное означает, что выраженная неравномерность развития, изначально заданная праисторией человечества, продолжает сохраняться. В дальнейшем многое будет зависеть от увеличения или уменьшения существующего разрыва. Если развитые страны слишком далеко уйдут вперед по пути индивидуализации, а развивающиеся слишком долго задержатся на этапе массовизации, это может вызвать реальные конфликты. Если же молодые «тигры» и «драконы» быстро овладеют индивидуализирующими информационными технологиями, то ситуация будет развиваться более гармонично.

Пока же происходит процесс новой структуризации человеческой деятельности. С развитием процессов глобализации глобальной становится вся деятельность. Складывается разделение труда на метауровне. И тут, естественно, возникает не нравящееся многим разделение на «страны-мозги» и «страны-руки». Психология жителей этих стран неизбежно будет различной, хотя есть факторы, и нивелирующие такие различия.

Современный характер человеческой деятельности включает в себя новые факторы как дальнейшей индивидуализации, так и новой массовизации человеческой психики. С одной стороны, появление всемирной компьютерной сети вроде бы усиливает индивидуальный характер деятельности сидящего перед компьютером человека, а современное телевидение предоставляет колоссальные объемы информации для развития индивидуального сознания. С другой стороны, тот же Интернет по своим возможностям превращается в уникальное средство супермассовой информации, а массовый характер большинства телепрограмм способствует выработке единообразных, массовых реакций населения. В конечном счете, развиваются как те, так и иные процессы. В стратегической перспективе развитие будет происходить в их диалектическом взаимодействии. Хотя, безусловно, неравномерность в развитии разных стран

и народов с различными уклонами, в сторону индивидуализации или массовизации, на обозримое время практически наверняка сохранится.

Основные выводы

1. История развития человеческого сознания, как показывает специальный палеопсихологический анализ, есть история вынужденного приспособления животных предков человека к постоянно ухудшавшимся условиям физического существования. Особую роль в этом сыграли ледниковые периоды, принуждавшие к закреплению эффективных навыков. Для того чтобы выжить, приходилось усложнять и совершенствовать деятельность. Разделение труда и дифференциация деятельности стали основой расчленения первоначально массовой (стадной) психики первобытных людей. Так, преодолевая психологию масс, начало развиваться индивидуальное сознание. Особая роль в этом процессе принадлежала речи. Общение как говорение и внутренняя речь как основа мышления выполняли две важнейших функции. С одной стороны, речь соединяла в общность (суггестивная функция речи). С другой же стороны, речь индивидуализировала сознание, постепенно высвобождая его от власти массы (контрсуггестивная функция). В диалектической борьбе этих начал шло развитие сознания и становление человека-индивида, в котором периодическое освобождение от психологии масс вновь сменялось деиндивидуализацией и массовизацией человека. «Борьба» эта идет до сих пор, причем в силу неравномерности развития разных стран и народов все они переживают разные ее стадии. С психологической точки зрения, эта «борьба» означает динамику смены преобладания суггестивных или контрсуггестивных механизмов, которые на разных этапах в большей или меньшей степени подчиняют себе поведение человека.
2. Первобытный человек существовал исключительно как человек массы. Весь дальнейший путь его развития шел по пути развития человека-индивида. Но рост потребностей и необходимость совершенствовать деятельность порождали все новые формы производства, требовавшие не индивидуальных, а массовых усилий. Это порождало «сбои» в развитии, определяло его задержки и отставание, порождало неравномерность психического развития в самых разных масштабах. Потому и возникала элита, что индивидуализация сознания была доступна не всем. Однако постепенно, от рабовладения через феодализм к капитализму, правящий класс разрастался. Совершенствование деятельности, рост ее эффективности привели к тому, что индивидуальное сознание стало доступным не только высшему, но и «среднему» классу. Тем не менее развитие индивидуального сознания имеет свои темпы и свои «скоростные ограничения». Их нарушение в попытке забежать вперед часто оборачивалось массовыми мятежами, бунтами и революциями — с социально-психологической точки зрения, регрессом к власти психологии масс.
3. Перспективы развития человека стратегически, безусловно, связаны с дальнейшей индивидуализацией его сознания и деятельности. Новые технологии, связан-

ные с с информационной революцией, с компьютеризацией деятельности, демонстрируют именно такие возможности. Однако нельзя сказать, что массовая психология — это пройденный и уже как бы отброшенный этап психического развития человечества. Социально-психологическая эволюция продолжается в поисках равновесия, баланса между индивидуальной и массовой психологией. Поэтому нам только предстоит поиск гармоничного сочетания индивидуального и массового начал в сознании каждого отдельного человека. Соответственно, в социально-психологическом измерении, нас ждут всплески массовизации как реакция на индивидуализацию и, наоборот, всплески индивидуализма как ответ на подчас излишнюю массовизацию. «Восстания масс» будут сменяться «толпами одиноких», и наоборот.

«Русская душа» как особое состояние массовой психологии: между Западом и Востоком

Геоклиматические факторы. Ш Фактор отставания в развитии. • Фактор ограниченности частной собственности. • Фактор крепостного права. • Фактор татаро-монгольского ига и «враждебного окружения». Я Слагаемые «русской души». • «Счастье по-русски».

«Умом Россию не понять...» — это фраза давно уже стала аксиоматическим постулатом абсурдности и иррациональности того, что в мире именуется «загадочной русской душой». «Он русский, и это многое объясняет», — настойчиво повторяют с нашей подачи на Западе, совершенно не желая вникать в суть того, что же именно это объясняет и где лежат причины подобного объяснения. Объясняют же они, в конечном счете, только одно: неразвитость индивидуального рационального сознания и, соответственно, господство сознания массового и иррационального. Россия была и продолжает оставаться страной массовой психологии, и все попытки ее «модернизации» через рационализацию и индивидуализацию сознания ее населения с завидной регулярностью терпят провал. Известный афоризм А. де Токвиля о том, что между свободой и равенством народы обычно выбирают равенство, в полной мере относится именно к «загадочной русской душе». Свобода — это всегда индивидуальная свобода, свобода принятия индивидуальных решений и ответственности за них. Равенство же всегда деиндивидуализирует, уравнивает людей, лишая их индивидуальной свободы. Выбирая его, люди отказываются от индивидуального сознания в пользу сознания массового или группового. Вопрос заключается в том, почему они это делают. Как правило, ответ прост, хотя и неприятен: потому что по-другому просто не могут и не умеют. Анализ показывает, что вначале этот выбор является вынужденным, а потом — инерционным. Выбор был предопределен всей совокупностью географических, климатических, исторических, социальных и прочих условий становления психологии народа. Затем он только поддерживался социально-политическими условиями жизни и организацией общественно-государственной жизни.

Геоклиматические факторы

Реальные, физические условия всегда препятствовали выживанию отдельного индивида на бескрайних российских просторах. Резко-континентальный климат (от +30° летом до - 30° и ниже зимой), короткий световой день большую часть года, отсутствие сколько-нибудь развитого транспортного сообщения и общие сложности с передвижением не давали возможности для эффективного индивидуального хозяйствования. Умеренная, во всем последовательная Западная Европа никогда не знала таких изнурительных летних засух и таких страшных зимних метелей. Выжить при таких условиях даже в уже относительно освоенных местах можно было только в группе, а освоить новые территории — только значительным массам людей.

Естественно, это не могло не сказываться на психологии, а также на всей истории населявших данную территорию народов. «Несомненно то, что человек поминутно и попеременно то приспособляется к окружающей его природе, к ее силам и способам действия, то их приспособляет к себе самому, к своим потребностям, от которых не может или не хочет отказаться, и на этой двусторонней борьбе с самим собой и с природой вырабатывает свою сообразительность и свой характер, энергию, понятия, чувства и стремления, а частью и свои отношения к другим людям» (Ключевский, 1987). Причем чем сильнее природа возбуждает человека, тем шире раскрывает она его внутренние силы и побуждает к деятельности.

Существуют две географические особенности, выгодно отличающие Европу от других частей света и от Азии особенно: «это, во-первых, разнообразие форм поверхности и, во-вторых, чрезвычайно извилистое очертание морских берегов» (Ключевский, 1987). Понятно, какое сильное и разностороннее действие на жизнь страны и ее обитателей оказывают обе эти особенности. Они способствуют развитию человеческой жизни, причем создают особо выгодные условия для ее самых разнообразных форм. Не случайно, что типической страной Европы в обоих этих отношениях является южная часть балканского полуострова, древняя Эллада, в которой и появилась одна из древнейших из известных нам цивилизаций.

Давно известен один важный операциональный критерий. В Европе на 30 квадратных миль материкового пространства приходится 1 миля морского берега. В Азии одна миля морского берега приходится на 100 квадратных миль материка. Россия занимает в этом смысле достаточно промежуточное положение. Если брать только европейскую Россию — а именно ее условия были основой формирования того специфического психического склада, который и получил название «русской души», — то очевидно, что море образует лишь малую часть ее границ, а протяженность береговой линии незначительна сравнительно с материковым пространством. Одна миля российского морского берега приходится на 41 квадратную милю материка. Причем значительная часть этого морского берега лежит на севере, т. е. в климатически тяжелейших для выживания условиях, и была освоена значительно позднее остальной, материковой части. Если же брать основной, начальный период формирования психического склада осваивавшего эти земли народа, то доля материкового пространства, падающего на одну милю берега, значительно возрастает, достигая в разные периоды колонизации этой зоны 50-70 квадратных миль материка. Так становится очевидным, что «русская душа» — это душа глубоко материкового человека, что роднит ее больше с азиатской, чем с европейской психикой.

Если Европа отличается широчайшим разнообразием природных форм, окружающих человека, то главная особенность российских пространств — прямо противоположная. «Однообразие — отличительная черта ее поверхности; одна форма господствует почти на всем ее протяжении: эта форма — равнина, волнообразная плоскость пространством около 90 тысяч квадратных миль... очень невысоко приподнятая над уровнем моря» (Ключевский, 1987). В. О. Ключевский выделял три основных геоклиматических особенности России, на наш взгляд, имевшие сильное влияние на формирование психического склада ее народа. Во-первых, деление территории на почвенные и ботанические полосы с неодинаковым составом почвы и неодинаковой растительностью. Во-вторых, сложность ее водной (речной) сети с разносторонним направлением рек и взаимной близостью речных бассейнов. В-третьих, общий или основной ботанический и гидрографический узел на центральном алаунско-московском направлении. В совокупности действие этих трех факторов вело к скученности, повышенной плотности населения на сравнительно небольших территориях. «Взаимная близость главных речных бассейнов равнины при содействии однообразной формы поверхности не позволяла размещавшимся по ним частям населения обособляться друг от друга, замыкаться в изолированные гидрографические клетки, поддерживала общение между ними, подготовляла народное единство и содействовала государственному объединению страны» (Ключевский, 1987).

На первых порах именно это обусловливало естественную гомогенность и массовидность сознания разных частей населения. Затем добавились и другие факторы — внешние опасности, особенно со стороны степи. Так, в частности, отмечает историк, «когда усилилось выделение военнослужащего люда из народной массы, в том же краю рабочее сельское население перемешивалось с вооруженным классом, который служил степным защитником земли». Таким образом, сами географические условия и их социальные следствия способствовали гомогенизации социальных ролей, замедляли ход естественного разделения труда и специализацию человеческой деятельности. Другой момент — движение славянских (причем в основном сельских) масс на север было связано с поглощением ими туземцев-финнов. Такая ассимиляция также образовывала, хотя уже и на несколько другой основе, «здесь плотную массу, однородную и деловитую, со сложным хозяйственным бытом и все осложнявшимся социальным составом — ту массу, которая послужила зерном великорусского племени» (Ключевский, 1987).

«Изучая влияние природы страны на человека, мы иногда пытаемся в заключение уяснить себе, как она должна была настраивать древнее население, и при этом нередко сравниваем нашу страну по ее народно-психологическому действию с Западной Европой... Теперь путник с Восточноевропейской равнины, впервые проезжая по Западной Европе, поражается разнообразием видов, резкостью очертаний, к чему он не привык дома. Из Ломбардии, так напоминающей ему родину своим рельефом, он через несколько часов попадает в Швейцарию, где уже другая поверхность, совсем ему непривычная. Все, что он видит вокруг себя на Западе, настойчиво навязывает ему впечатление границы, предела, точной определенности, строгой отчетливости и ежеминутного, повсеместного присутствия человека с внушительными признаками его упорного и продолжительного труда» (Ключевский, 1987). Сравните это с однообразием родного тульского или орловского или почти любого другого вида ранней весной: «он видит ровные пустынные поля, которые как будто горбятся на горизонте,

подобно морю, с редкими перелесками и черной дорогой по окраине — и эта картина провожает его с севера на юг из губернии в губернию, точно одно и то же место движется вместе с ним сотни верст. Все отличается мягкостью, неуловимостью очертаний, нечувствительностью переходов, скромностью, даже робостью тонов и красок, все оставляет неопределенное, спокойно-неясное впечатление. Жилья не видно на обширных пространствах, никакого звука не слышно кругом — и наблюдателем овладевает жуткое чувство невозмутимого покоя, беспробудного сна и пустынности, одиночества, располагающее к беспредметно-унылому раздумью без ясной, отчетливой мысли» (Ключевский, 1987). Говоря современным психологическим языком, возникают эмоциональные состояния, переживание которых заменяет рациональное мышление.

Историк предлагает нам, однако, не слишком увлекаться субъективными переживаниями собственных душевных настроений, возникающих при виде природы, а обратиться к материальным свидетельствам — к сравнению человеческих жилищ. «Другое дело — вид людских жилищ: здесь меньше субъективного и больше исторически уловимого, чем во впечатлениях, воспринимаемых от внешней природы. Жилища строятся не только по средствам, но и по вкусам строителей, по их господствующему настроению. Но формы, раз установившиеся по условиям времени, обыкновенно переживают их в силу косности, свойственной вкусам не меньше, чем прочим расположениям человеческой души. Крестьянские поселки по Волге и во многих других местах европейской России доселе своей примитивностью, отсутствием простейших житейских удобств производят, особенно на путешественников с Запада, впечатление временных, случайных стоянок кочевников, не нынче-завтра собирающихся бросить свои едва насиженные места, чтобы передвинуться на новые. В этом сказались продолжительная переселенческая бродячесть прежних времен и хронические пожары — обстоятельства, которые из поколения в поколение воспитывали пренебрежительное равнодушие к домашнему благоустройству, к удобствам в житейской обстановке» (Ключевский, 1987). Пожары — тоже следствие холодного климата, вынуждавшего почти непрерывно пользоваться открытым огнем.

Фактор отставания в развитии

Становление того народа, который впоследствии наделили «русской душой», шло со значительным отставанием в развитии от западноевропейских народов. Причины этого достаточно понятны. В то время когда разбуженные римскими походами европейские народы активно продолжали освоение своих земель, восточные славяне, уходя из долины Дуная, еще только покидали Европу, спускаясь с Карпатских гор к долинам Днестра, Днепра и лишь затем перемещаясь к Оке и Волге. Когда в Европе продолжалось развитие, здесь еще только начиналась колонизация.

«История России есть история страны, которая колонизируется. Область колонизации в ней расширялась вместе с государственной ее территорией. То падая, то поднимаясь, это вековое движение продолжается до наших дней» (Ключевский, 1987). Причем колонизация шла в очень сложных условиях постоянной борьбы с вне-

шними противниками. Будучи как бы «левым флангом» Европы, выдвинутым в Азию, славяне в значительной мере обеспечивали безопасность развития европейских народов. Принимая многие удары азиатских кочевников, от половцев до Золотой Орды на себя, они выигрывали время для развития европейских народов. Так, в частности, «почти двухвековая борьба России с половцами имеет свое значение в европейской истории. В то время как Западная Европа крестовыми походами предприняла наступательную борьбу на азиатский Восток, когда и на Пиренейском полуострове началось такое же движение против мавров, Русь своей степной борьбой прикрывала левый фланг европейского наступления. Но эта историческая заслуга Руси стоила ей очень дорого: борьба сдвинула ее с насиженных днепровских мест и круто изменила направление ее дальнейшей жизни» (Ключевский, 1987). Вновь было потеряно время и темпы развития.

Сопоставим: крестоносцы из Европы идут освобождать гроб Господень, а киевский князь еще только размышляет, какую религию ему принять для своего народа. Не будем забывать о том, что Русь приняла христианство только через тысячу лет после рождества Христова. Хотя, безусловно, западные исследователи всегда несколько преувеличивали «дикость славян».

Будучи не только объективным исследователем, но и большим патриотом, В. О. Ключевский писал: «Наша история не так стара, как думают одни, началась гораздо позднее начала христианской эры; но она и не так запоздала, как думают другие: около половины IX в. она не начиналась, а уже имела за собою некоторое прошедшее, только не многовековое, считавшее в себе два с чем-нибудь столетия» (Ключевский, 1987). Другими словами, не надо драматизировать: мы хоть и отстали, но вроде бы не «навсегда», не на целую тысячу лет, а поменьше — лет так на 700.

Это означает, что нашему народу изначально исторически была предназначена модель «догоняющего развития». Однако вплоть до начала XVIII века, до петровских, а затем екатерининских реформ, это было развитие никак не «догоняющее», а попрежнему «запаздывающее», причем запаздывающее чем дальше, тем больше. Только колоссальным рывком, потребовавшим напряжения всех сил, в течение XVIII в. Россия сумела значительно сократить это отставание. Однако лишь к концу этого века она наконец появляется своей вооруженной мощью в Европе, и то поначалу только на Балканах и отчасти в Германии, заставляя наконец-то хоть немного всерьез считаться с собой. И только в начале следующего, XIX века, в связи с наполеоновскими войнами, российские казаки обогащают французскую культуру словечком «бистро», внося наконец-то замеченный вклад в европейскую культуру. Вспомним, что до этого России, за редчайшими локальными исключениями, приходилось вести исключительно оборонительные войны на своей территории и прирастать только азиатскими территориями. Между прочим, это были не столько доходные, сколько расходные завоевания: освоение восточных земель требовало значительных ресурсов. Но и эти «вылазки» в Европу XVIII в. потребовали напряжения тех сил, которые вполне могли бы идти на внутреннее развитие.

Соответственно, вполне понятны и накапливавшиеся веками последствия отставания, как исторические, так и психологические. Из исторических достаточно привести один общеизвестный факт. В 1861 г. в России было отменено крепостное право. И в том же самом 1861 г. в Лондоне было открыто метро.

Не будем излишне углубляться в историю. Собственно говоря, других сопоставлений, видимо, и не требуется — настолько очевиден и разителен контраст, и настолько велико то отставание, которое накапливалось веками. К своеобразной «форе» в развитии, которую восточным славянам пришлось дать западноевропейским народам, постоянно добавлялась общая замедленность темпов российской жизни по сравнению с европейской. Вспомним знаменитое высказывание: нигде время не тянется так медленно, как в тюрьме; в России оно тянется еще медленнее. Понятно, что такое ощущение было связано со многими причинами, в том числе и с уже рассматривавшимися факторами: с расстояниями, климатом и т. д. Далее мы остановимся и на некоторых принципиальных социально-экономических факторах. Пока же, видимо, и так понятно, что подобное отставание породило серьезный разрыв в психологии нашего и западноевропейских народов, в развитии их сознания и поведения.

В психологическом плане главным следствием этого разрыва стало отставание в развитии индивидуального сознания. Групповое же, социальное и тем более массовое сознание, напротив, в силу условий жизни и деятельности развивалось значительно быстрее, чем в Западной Европе. Возможно, именно поэтому России удалось быстрее, чем европейским странам, преодолеть период феодальной (или квазифеодальной, поскольку на Руси не было феодализма в европейском смысле) раздробленности. Наверняка именно это лежало в основе российских побед ъ великих войнах, типа Отечественной войны 1812г. или Великой Отечественной войны 1941-45 гг. Массовая психологическая общность «мы-русские» в вооруженных конфликтах оказывалась явно сильнее, чем аналогичные общности «мы-французы» или «мы-немцы». Это, разумеется, обусловливало совершенно иной, «расходный» тип ведения войн (количество жертв среди русских войск всегда преобладало над качеством подготовки вооруженных людей), но это уже было следствием. Первоначально же, безусловно, это было причинно связано как со всем уже обозначенным выше психическим складом, так и с вполне определенными социально-экономическими условиями российской, а до этого великоросской жизни. Важнейшим среди этих условий было отсутствие социально-экономического индивида, отдельного человека как правомочного субъекта социально-экономической жизни.

Фактор ограниченности частной собственности

Если посмотреть на историю достаточно углубленно, то становится очевидным, что отдельный человек на Руси никогда не имел нормального права частной собственности на основное средство производства — на землю. За единственным исключением - личности верховного властителя. Вспомним: даже в начале XX в. царь Николай II и его супруга в графе переписи, обозначающей основное занятие, написали, соответственно, «хозяин» и «хозяйка» Земли Русской. И это были не просто ритуальные титулы — это было отражение всей реальной социально-экономической истории страны.

Судя по всему, до начала формирования Великороссии, то есть в Киевской Руси, проблема собственности на недвижимость не имела особого значения. Этому способствовал сам характер колонизаторской жизни восточных славян и их варяжских кня-

зей, полной непрерывных миграций, походов, войн и переселений. По В. О. Ключевскому, на начальном этапе право владения, управления и собственности представляло собой нечто единое, с доминированием именно владения и без выделения права собственности как таковой. Собственность на землю не имела принципиального значения — важнее был получаемый с нее корм и право на этот корм. Всем владел князь (позднее — великий князь). Однако он раздавал часть земель в корм (на прокорм) своим родственникам. При князе сыновья правили областями в качестве его посадников (наместников) и платили, как посадники, дань со своих областей великому князю-отцу. Между отцом и детьми действовало семейное право, но когда умирал отец, то между братьями не существовало, по-видимому, никакого установленного, признанного права, т. е. права владения регулировались силой, куплей-продажей и прочими достаточно ситуативными обстоятельствами. После смерти Ярослава на какое-то время вообще исчезает единовластие — начинается период разделов и дробления земель. Затем появляется право старшинства. «Князья-родичи не являются постоянными, неподвижными владельцами областей, достававшихся им по разделу: с каждой переменой в наличном составе княжеской семьи идет передвижка, младшие родичи, следовавшие за умершим, передвигались из волости в волость, с младшего стола на старший» (Ключевский, 1987). За счет появления очередности владения, сохраняется идея нераздельности княжеского владения русской землей. Князья не переставали выражать мысль о том, что вся их совокупность, весь род должен владеть наследием отцов и дедов — поочередно. Реально, естественно, это оборачивалось внутриродовой борьбой. Однако отметим: из нее были исключены все остальные лица некняжеского рода. Они по определению не могли обладать правом собственности.

После определенного времени внутри княжеского рода установился определенный порядок. Верховная власть стала собирательной, принадлежа всему княжескому роду. Отдельные князья временно владели теми или иными частями земли, т. е. различалось право владения, принадлежавшее целому роду, и порядок владения по известной очереди. Затем, в XIII-XIV вв., по мере колонизации новых земель и возникновения Великороссии, такой очередной порядок сменился на удельный. Однако в отношении права собственности сути дела это не изменило.

Хотя, конечно, княжеский удел стал представлять собой наследственную вотчину удельного князя, вся русская земля по-прежнему считалась «отчиной и дединой» всего княжеского рода. Известная область признавалась вотчиной утвердившейся в ней княжеской линии. «Под влиянием колонизации страны первый князь удела привыкал видеть в своем владении не готовое общество, достаточно устроенное, а пустыню, которую он заселял и устраивал в общество, понятие о князе как личном собственнике удела было юридическим следствием значения князя как заселителя и устроителя своего удела» (Ключевский, 1987).

Но действовал тот же, прежний механизм, хотя и в уменьшенном формате. Став вроде бы независимыми от своих, местных великих князей, удельные князья находились под иноземной верховной властью Золотой Орды. Тут уж землевладение стало совершенно условным по общему признанию[1], — ведь князья только пользовались правами хана как верховного властителя. Удельный князь, как ранее великий, мог раздавать части своей земли «в кормление» родственникам и боярам, однако это было

[1] См.: *Градовский А. Д.* История местного управления в России. Т. 1. СПб, 1868. С. 32 и далее.

исключительно временным пользованием. Фактически передавалось (делегировалось) право управления: «округа кормленщиков никогда не становились их земельной собственностью, а державные права, пожалованные привилегированным вотчинникам, никогда не присвоялись им наследственно» (Ключевский, 1987).

По мнению авторитетного историка-юриста К. А. Неволина (1857), землевладение на Руси почти всегда было условным, хотя оформилась эта условность позднее, в XV-XVI вв., когда появляется поместное землевладение. Тогда оно было уже совсем «служивым», земля давалась в личное владение служилому человеку как вознаграждение за службу и как средство для службы.

К этому времени, времени избавления от власти Золотой Орды, когда великий князь Иван III перестал быть ее данником, все вообще стало просто: появился один царь, «государь всея Руси», он же единственный хозяин всех ее земель. Остальные князья стали его подручниками, т. е. по сути все теми же менеджерами-посадниками. Некоторое время князья и бояре инерционно сохраняли свои права «по происхождению», однако реформы Петра I окончательно вытеснили их служивым дворянством. И далее царь сохранял право владения, раздавая в управление и на кормление земли и поселения, деревни с крестьянами, но сохраняя за собой верховное право при случае отбирать данные права и забирать земли «в казну».

И хотя местами сохранялись отдельные наследные вотчины, а в более поздний период поместное право стало смыкаться с вотчинным и постепенно превратило поместья в наследное землевладение, это была качественно иная ситуация. Вотчинное право всячески ограничивалось, и частное землевладение стало развиваться совершенно искусственно, государством, под эгидой государя — верховного собственника. По сути это было не право владения, завоеванного предками в тяжелой борьбе с врагами и стихиями, делавшей его независимым, — это была банальная дача. Соответственно, иным стал и собственник, и его психология.

Таким образом, В. Ключевский был убежден, что на Руси не возникло феодализма в западноевропейском смысле слова: ни из кормлений, ни из боярских вотчин не возникло «бароний». Это значит, что если в Западной Европе абсолютизм устанавливался долго, за счет преодоления феодальной вольницы, создавшей психологическую традицию свободы, а рухнул достаточно быстро под напором нового свободолюбивого класса буржуазии, то на Руси все сложилось по-другому. Дух абсолютизма, по сути, почти непрерывно прослеживается уже от первых киевских великих князей. И даже период удельной раздробленности Великороссии его не поколебал. Поскольку в уделе сохранялась микромодель абсолютизма, он был всего лишь естественным следствием нового этапа колонизации и лишь подготавливал дальнейшую централизации Великороссии. Произошло это за счет того, что право верховного владения, собственности на землю в высшем смысле этого слова, всегда продолжало оставаться если не совсем в одних руках, то, по крайней мере, в руках одного, того или иного, великокняжеского рода, а затем царствующей династии.

«На Западе свободный человек, обеспечивая свою свободу, ограждал себя, как замковой стеной, цепью постоянных, наследственных отношений, становился средоточием низших местных общественных сил, создавал вокруг себя тесный мир, им руководимый и его поддерживающий» (Ключевский, 1987). На Руси все складывалось иначе. Не возникло даже подобия того количества хотя бы относительно свободных

и независимых людей, которое определяли дух развития западноевропейских стран и имели возможность «создавать вокруг себя тесный мир» на своей земле. Кроме верховного властителя и его семьи, никто всерьез не имел такой возможности. Разумеется, частичная собственность на землю существовала, однако это была собственность «второго сорта», основанная на служении боярина или, позднее, дворянина верховному государю. Они владели данной им землей, но в определенных рамках. Государь дал,государь мог и отобрать.

Так сложился особый тоталитаризм в социально-экономической сфере — прежде всего в сфере права собственности на землю. Историку очевидно, что «экономическое благосостояние и успехи общежития Киевской Руси куплены были ценой порабощения низших классов; привольная жизнь общественных вершин держалась на юридическом принижении масс простого народа» (Ключевский, 1987). Однако со временем в Великороссии стало еще хуже. Уже при Иване III, а еще более при Василии верховная власть окружала себя тем ореолом, который предельно резко отделил московского государя от всего остального общества. Посол германского императора Герберштейн замечает, что этот великий князь докончил то, начал его отец, и властью своею над подданными превосходит едва ли не всех монархов на свете. Он добавляет, что говорят в Москве про великого князя: воля государева — Божья воля, государь — исполнитель воли Божьей. Когда москвичей спрашивают о каком-нибудь неизвестном им сомнительном деле, они отвечают затверженными выражениями: мы того не знаем, знают то Бог да великий государь. По словам Герберштейна, они даже величали своего государя «ключником и постельничьим Божиим»[1].

Это уже — психологические тоталитарные последствия той концентрации власти, права владения, которое покрывало собой все сферы, от социально-экономической до духовной. Причем это касалось даже элиты, представителей господствующего или близких к нему классов. Для низших классов проблемы не было: после рабовладения там господствовало крепостное право, полностью определявшее психологию масс российского населения.

Фактор крепостного права

Историк утверждает, что «первоначальным основанием сословного деления русского общества, может быть, еще до князей, служило, по-видимому, рабовладение» (Ключевский, 1987). Однако *с* принятием христианства на Руси, под гуманитарным влиянием церкви, рабовладение в чистом виде стало осуждаться и постепенно исчезать. Позднее рабы стали холопами, а прежде вольные (тягловые) крестьяне превратились в крестьян крепостных. История крепостного права на Руси — один из самых сложных вопросов. Известно, когда было отменено крепостное право — в 1861 г., в результате реформы Александра П. Известно, когда был отменен «Юрьев день», позволявший крестьянину переходить от одного землевладельца к другому — в 1597 г., в царствование Федора, а реально Бориса Годунова. Однако так до сих пор и не понятно, когда же была введена личная крепость на крестьянина и членов его семьи. Согласно

[1] См.: *Соловьев С. М.* История России с древнейших времен. — Т. 5. — М., 1881. — С. 367.

В. О. Ключевскому, крепостная зависимость сложилась как бы сама собой, а крепостное право именно как закрепленное законом право фактически отсутствовало. Это было некоторое неписаное, «природное право». «Судебник 1550 г. дозволял крестьянину продаваться с пашни в холопство, лишая казну податного плательщика; указы 1602 и 1606 гг. установили вечность крестьянскую, безысходность тяглового крестьянского состояния. Так крестьянин, числясь по закону вольным со своим устарелым правом выхода, на деле был окружен со всех сторон, не мог уйти ни с отказом, ни без отказа, не мог по своей воле ни переменить владельца посредством вывоза, ни даже переменить звания посредством отказа от своей свободы. В таком положении ему оставалось только сдаться» (Ключевский, 1987). Позднее же это оформилось достаточно просто: крестьянин, рядясь с землевладельцем на его землю со ссудой от него, сам отказывался в порядной записи навсегда от права каким-либо способом прекратить принимаемые на себя обязательства. Внесение такого условия в порядную и сообщило ей значение личной крепости.

Таким образом, крепость (обязательство) носила не юридический, а экономический и, затем, социально-психологический характер. Это было прикрепление личное (фактическое, а не юридическое), а не поземельное. Крестьянин был крепок лично землевладельцу, а не предоставляемой ему земле. В этом отношении по сути он превращался в холопа — в его особую разновидность, кабального холопа. Так, в фактическом отношении, вольные ранее крестьяне оказались приравненными к холопам и тем самым умножили достояние рабовладельцев. Хотя рабство на Руси было многовариантным, включало полные и частичные разновидности, суть его от этого не менялась. Однако создано это было не государством, а лишь при помощи государства. Государству принадлежали не основания крепостного права, а лишь его границы.

С социально-психологической точки зрения, это имело большие последствия, чем если бы крепостное право было введено самим государством, насильственно-юридически. В последнем случае это вызвало бы значительное сопротивление крестьянства и придало бы ему конкретное направление борьбы. А так это было по сути вполне добровольное закрепощение. И подчас оно было если не выгодным для крестьян, то, по крайней мере, представлялось меньшим из зол.

Ведь для начала крестьянской деятельности, для обзаведения инвентарем, постройки жилища и т. д. требовались средства. Естественно, крестьяне, начинавшие земледельчество на новых местах, были лишены всего этого. Требовалась ссуда, «подмога», которую они брали у землевладельца. Ее надо было выплачивать. Кроме того, за нее надо было платить проценты или отрабатывать барщину — на это требовалось время. Помимо этого надо было платить налоги. В совокупности все это делало крестьянина вечным должником — расплатиться он не имел физической возможности. Продаваясь в холопы или переходя в крепость, он сразу избавлялся от всех этих проблем. Психологически как бы исчезали долги (они становились вечными и потому нереальными) и налоги (их платил землевладелец или, в силу круговой поруки, община). По сути же его положение никак не менялось: Юрьевым днем все равно реально могли воспользоваться и пользовались только единицы — расплатиться с долгами и недоимками было очень трудно, практически невозможно, да и менять насиженное место в ноябре, уже по снегу, предельно затруднительно. Реально же, в ряде моментов, это положение даже облегчалось. Главное же облегчение заключалось в

психологическом освобождении от ответственности. Свободный человек, вольный крестьянин нес слишком много непосильных обязанностей — за свободу, как известно, всегда приходится платить. Раб, холоп или крепостной избавлялся от ответственности. Причем делал это, подчеркнем, добровольно — особенно поначалу. Не случайно, что по мере уничтожения этой добровольности, усиления в XVII в. теперь уже не просто крепостного состояния, а системы угнетающего крепостного права, стало нарастать достаточно широкое недовольство. По целому ряду причин «это эпоха народных мятежей в нашей истории. Не говоря о прорывавшихся там и сям вспышках при царе Михаиле, достаточно перечислить мятежи Алексеева времени, чтобы видеть эту силу народного недовольства: в 1648 г. мятежи в Москве, Устюге, Козлове, Сольвычегодске, Томске и других городах; в 1649 г. приготовления к новому мятежу закладчиков в Москве, вовремя предупрежденному; в 1650 г. бунты в Пскове и Новгороде; в 1662 г. новый мятеж в Москве из-за медных денег; наконец, в 1670-1671 гг. огромный мятеж Разина на поволжском юго-востоке, зародившийся среди донского казачества, но получивший чисто социальный характер» (Ключевский, 1987).

Причиной широкого недовольства стало то, что в результате сначала фактической, а затем, в начале XVIII в., и юридической отмены холопства (холопы были приравнены к крепостным) в психологическом смысле произошло обратное задуманному. Не холопы в силу отмены холопства почувствовали себя приравненными к крестьянам, а крепостные крестьяне юридически почувствовали себя приравненными к холопам. В итоге же этих реформ и те и другие фактические рабы ощутили нового хозяина — государство, которому теперь должны были платить подати (раньше их собирал и потом за них платил землевладелец). В результате начались выступления уже не просто отдельных рабов против отдельных рабовладельцев (в локальных масштабах, на Руси это было всегда), а достаточно массовые крестьянские восстания типа восстаний под руководством П. Болотникова и целой крестьянской войны под предводительством Е. Пугачева.

Понятно, что фактическое рабское положение порождало массовую рабскую психологию. Причем наиболее существенным в ней опять-таки было именно то, что она была массовой. Отсутствие индивидуальной ответственности (по выражению В. О. Ключевского, собственной «юридической физиономии»), индивидуальной собственности, наконец, просто индивидуальных жизненных перспектив уравнивало огромные количества людей, придавая им психологические черты стада. В этом смысле массовая покорность и массовый бунт (тот самый, абсолютно отражающий психологию поведения толпы, «бессмысленный и беспощадный») представляли собой две стороны одной и той же социально-психологической медали.

Такое образование, назовем его стадообразной толпой, могло быть послушным или бунтующим — но оно не переставало быть именно стадом, идущим вслед за своим владельцем или вожаком бунта. В психологическом смысле тот же Е. Пугачев, выдавая себя за покойного царя, претендовал на роль отца-господина, т. е. владельца своих сторонников. И вполне добивался этого. Описания крестьянских восстаний того времени откровенно демонстрируют то, что называется эффектами подражания, заражения и внушения, а также все психические и поведенческие реакции, свойственные массам. Разница заключается только в одном. Если в современной жизни психология масс — достаточно стихийная вещь и сами массы возникают как временные,

ситуативные, то массы рабов были достаточно стабильны и устойчивы. Массовые психические реакции, феномены обезличивания в толпе, снижения критичности к своему поведению, ощущения своего могущества только и именно в массе были для них не исключением, а правилом в повседневном поведении, его психологической нормой. Оценивая роль массового недовольства, В. О. Ключевский точно различал: «Если в народной массе оно шевелило нервы, то наверху общества оно будило мысль... и как там толкает к движению злость на общественные верхи, так здесь... звучит сознание народной отсталости и беспомощности» (Ключевский, 1987). В нашем контексте можно пренебречь самочувствием «верхов». Но о «низах» сказано точно: рациональной мысли не было, но «шевеление нервов» — вполне отчетливое. Как писал Б. Ф. - Поршнев: «Таким образом, история неспокойных низов заставляла пошевеливаться и историю верхов. По выражению Гегеля, иронически повторенному и Марксом, эта "дурная сторона" общества, т. е. масса необразованных простых людей, своим беспокойством создает движение, без чего не было бы вообще истории» (Поршнев, 1979).

Фактор татаро-монгольского ига и «враждебного окружения»

По мнению некоторых исследователей (например, покойного Л. Н. Гумилева), «ига» в собственном смысле этого слова, как постоянного массового физического угнетения, вообще не было — сожгли, дескать, только несколько сел да небольшой городок Козельск, и то за излишнее упрямство его жителей. Так это или не так, но психологически это был фактор постоянной зависимости от внешних врагов. Фактор унижения и, одновременно, фактор их вынужденного почитания (говоря современным психологическим языком, известный «стокгольмский синдром» любви заложников к террористам). И он имел свои очень любопытные отдаленные психологические следствия.

Первое следствие — элементарный страх. Вполне естественный страх перед нашествиями внешних врагов заставлял селиться вместе и постепенно формировал психологию групповой самообороны. Психологически фактор опасности внешнего нападения усиливал природный страхи и ту необходимость группового, массового противостояния стихии, которая определялась геоклиматическими причинами.

Второе следствие — вынужденная необходимость борьбы. Причем, что существенно, борьбы с обычно гораздо лучше вооруженным и подготовленным противником. Вооружение иноземных притеснителей Руси, что татар, что немцев, ливонцев, тевтонов, что других противников, всегда было лучше вооружения великороссов. Соответственно, чтобы их одолеть, требовалось определенное численное превосходство. Анализ показывает, что великороссы издавна привыкли воевать не умением, а числом. Большинство одержанных ими побед связано с численным превосходством. Действия гуртом, массой легковооруженных ратников привели к поражению тяжеловооруженных «псов-рыцарей» в ходе сражения на люду Чудского озера. Большое по тем временам войско удалось вывести Дмитрию Донскому на Куликово поле. Да и позднее — фельдмаршалам императрицы Елизаветы удавалось держать в напряжении Ев-

ропу (в том числе брать Берлин и т. д.) трехсоттысячным (!) войском. При примерно равной же численности не удавалось даже четко зафиксировать победу при Бородине. Проигрывая в оснащенности немцам в войне 1941-45 гг. (к началу войны армия никак не могла противостоять немецким автоматчикам с помощью трехлинейных винтовок начала века), победы удалось добиться только ценой многомиллионных потерь «пушечного мяса».

Третье, важнейшее социально-психологическое следствие, связанное с первыми двумя, — формирование особого чувства общности «мы», — людей, вынужденных противостоять внешним противникам «они». Жесткое разделение на «мы» и «они», естественно, психологически сплачивало массу. Это находило свое отражение в мифологии, тотемах и древних славянских верованиях. Позднее это выразилось в высокой потребности национальной самоидентификации, для которой, объективно говоря, не было достаточных предпосылок (понятие «русские» трудно считать адекватным этнонимом или хотя бы самоназванием данной части славян — согласно так называемой «норманнской» теории, оно варяжского происхождения, по иной версии — греческого). Историки полагают, что наличие такой «внутренней потребности» значительно облегчило государственно-политическую консолидацию Великороссии к царствованию Ивана III. На наш взгляд, однако, это имело под собой не этнические, а социокультурные и социально-психологические предпосылки — необходимость понятийного обособления от врагов была связана, в том числе, с их непрерывными нашествиями. Хотя шло это обособление двумя путями: через самоидентификацию, с одной стороны, и через обобщение всех иноземцев как «немцев» (два смысла этого слова: «не мы» и, соответственно, «немые», т. е. не говорящие по-нашему). Потребность же в консолидации носила не столько «внутренний» (национально-этнический), сколько именно внешний характер, связанный с необходимостью обороны от внешних нашествий.

Анализ показывает, что практически вся история восточных славян — это история непрерывных оборонительных войн с внешними захватчиками. Только с Ивана IV Грозного она сменяется полосой войн завоевательных. Причем все внешние нашествия удавалось отбить не сразу — избавиться от них становилось возможным только спустя длительное время, по мере накопления необходимой для противостояния массы и истощения противника. Понятно, что на определенном этапе трехвекового господства Золотой Орды великороссам стало очевидно: надо покончить с удельной раздробленностью и консолидироваться, объединиться в значительную массу, способную противостоять захватчикам. Осознание этого и способствовало возвышению роли Московского княжества, в которое стали съезжаться и удельные князья, и многие их бояре, даже бросая своих упрямых князей, но приводя с собой свои многотысячные «животы».

Причем так было не только с татаро-монгольским нашествием, потребовавшим для консолидации вначале сознания, а потом государства триста лет. В конечном счете, так было и с варяжским нашествием (окончательно от последствий шведско-варяжской колонизации удалось избавиться только царю Петру после разгрома шведов под Полтавой). Так было и с длительным непростым выяснением русско-польских отношений. Значит, внешние нашествия были не просто боевыми схватками, а дли-

тельными периодами если не «ига», то серьезного притеснения, вплоть до порабощения.

Однако нет худа без добра. Хотя порабощения не давали развиться индивидуальному сознанию ни элиты, ни, тем более, низших слоев, они усиливали массовое сознание и всю массовую психологию. Размышлять великороссу было некогда — надо было выживать, бороться, постоянно «бить во все колокола», собирая на подмогу массу таких же, как он, обездоленных. Подобные события, а они представляли собой не исключения, а повседневную жизнь, укрепляли психологическое единство того, что стало называться народом. Как известно, это понятие означает общность, стоящую «над родом», т. е. массу более высокого, чем род, порядка. В значительной степени этот внешний фактор усиливал рабскую психологию, формировавшуюся собственным холопством и крепостным состоянием восточных славян. В совокупности все это усиливало рабскую массовую психологию и предопределяло доминирование соответствующих, массовых форм поведения.

Если же брать чисто сознательные компоненты, то иностранные порабощения прививали двойственное чувство: преклонение перед иностранным и готовность ему служить. Один из первых славянских публицистов и бытописателей, хорват Ю. Крижанич, изучая Русь XVII века, подчеркивал роль «двух язв», которыми страдает все славянство: «чужебесие», то есть бешеное пристрастие ко всему чужеземному, и следствие этого порока — «чужевладство», иноземное иго, тяготеющее над славянами. «Ни один народ под солнцем — писал он, — искони веков не был так изобижен и посрамлен от иноземцев, как мы, славяне, от немцев; затопило нас множество инородников; они нас дурачат, за нос водят, больше того — сидят на хребтах наших и ездят на нас, как на скотине, свиньями и псами нас обзывают, себя считают словно богами, а нас дураками. Что ни выжмут страшными налогами и притеснениями из слез, потов, невольных постов русского народа, все это пожирают иноземцы, купцы греческие, купцы и полковники немецкие, крымские разбойники» (Крижанич, 1859).

Возможно, самое удивительное заключается в том, что все вековые порабощения практически не имели одного естественного следствия — стихийных массовых народных возмущений против иноземных захватчиков. Абсолютное большинство всех известных восстаний и выступлений связаны с именами представителей элиты: князьями Александром Невским, Дмитрием Донским, Дмитрием Пожарским... Единственное исключение — нижегородец Кузьма Минин, но и тот исходил из привилегированного сословия. Только из истории Отечественной войны 1812 г. известно имя крестьянки Василисы Кожиной, возглавивший один из стихийно сформировавшихся антифранцузских партизанских отрядов. Однако это исключение лишь подтверждает правило: главным следствием внешних порабощений на фоне бытовавшего внутреннего устройства было лишь дальнейшее усиление забитой, рабской массовой психологии, лишенной всякой возможности для проявления естественной индивидуальной инициативы. В былинах и народных преданиях сохранилась разве что тоска по ней в форме восхищения перед мифическими «чудо-богатырями» типа Ильи Муромца и Добрыни Никитича (Алеша Попович, в силу принадлежности к привилегированному церковному сословию, подлежит исключению из этого списка).

Слагаемые «русской души»

Историки многократно отмечали влияние природы России на отдельные черты психологии ее народа, выявляя как бы отдельные слагаемые того целого, что позднее стало именоваться «русской душой» или, говоря строже, национальными особенностями психического склада. «Великороссия XIII — XV вв. со своими лесами, топями и болотами на каждом шагу представляла поселенцу тысячи мелких опасностей, непредвидимых затруднений и неприятностей, среди которых надо было найтись, с которыми приходилось поминутно бороться. Это приучало великоросса зорко следить за природой, *смотреть в оба,* по его выражению, ходить, оглядываясь и ощупывая почву, не соваться в воду, не поискав броду, развивало в нем изворотливость в мелких затруднениях и опасностях, привычку к терпеливой борьбе с невзгодами и лишениями. В Европе нет народа менее избалованного и притязательного, приученного меньше ждать от природы и судьбы и более выносливого. Притом по самому свойству края каждый угол его, каждая местность задавали поселенцу трудную хозяйственную загадку: где бы ни основался поселенец, ему прежде всего нужно было изучить свое место, все его условия, чтобы высмотреть угодье, разработка которого могла бы быть наиболее прибыльна. Отсюда эта удивительная наблюдательность, какая открывается в народных великорусских приметах» (Ключевский, 1987). Сравнительный анализ показывает, например, что по глубине, количеству и качеству оснащенности почти каждого дня календаря климатическими и хозяйственными приметами другие народы заметно уступают русскому.

Понятно, что приводимые примеры отражают как бы историко-психологическую феноменологию и не претендуют на операциональный научный психологический анализ. Однако, как мы помним, такова почти вся психология масс. Это особый пласт психологических явлений, не входящий в компетенцию позитивистской науки с ее жесткими требованиями строгой верификации. Само понятие «русской души» уже подразумевает иной путь познания — ведь речь идет об обобщенной, т. е. достаточно массовой душе. Понятно, что это иная психика, а значит, она может исследоваться только с позиций иной психологии.

В принципе, все сказанное выше приводит к пониманию наличия только двух магистральных путей в рамках подобной, безусловно не экспериментальной, а феноменологической психологии. С одной стороны, это путь историко-психологических этюдов. С другой стороны, это путь литературно-философских изысканий.

Для иллюстрации первого пути еще раз вернемся к В. О. Ключевскому. Затем, для демонстрации второго подхода, обратимся к творчеству того, с чьими трудами во всем мире и связывается проникновение в «тайны русской души» — к творчеству Ф. М. Достоевского.

Историко-психологические этюды

В. О. Ключевский дал несколько примеров историко-психологических этюдов. Он вообще утверждал: «Имея в виду, что история — процесс не логический, а народно-психологический и что в нем основной предмет научного изучения — проявление сил и свойств человеческого духа, развиваемых общежитием, подойдем ближе к существу

предмета, если сведем исторические явления к двум перемещающимся состояниям — настроению и движению, из коих одно постоянно вызывается другим или переходит в другое» (Ключевский, 1968). За этот подход его часто критиковали, обвиняя в идеализме и прочих «смертных грехах», однако, с современной точки зрения, в нем не содержится ничего крамольного. В конечном счете, именно «настроение и движение», т. е. сознание и деятельность, и есть главные истоки истории как именно деятельности преследующего свои цели и удовлетворяющего свои потребности человека. Хотя, безусловно, при таком подходе неизбежна некоторая толика субъективизма, что и ставит его подчас в уязвимое положение. Особенно эта уязвимость проявилась именно в историко-психологических этюдах Ключевского. В частности, М. В. Нечкина (1974) упрекала его в приниженности образа, написанного кистью скептика, в игнорировании героических черт характера великоросса, проявлявшихся в борьбе с иноземными врагами и феодальным гнетом. Не менее сурово относился к «примитивным психологическим этюдам» и М. Н. Тихомиров (1958).

В значительной степени В. О. Ключевский сам спровоцировал эту критику тем, что исходил исключительно из повседневного хозяйственного быта крестьянина, связывая его с влиянием природной среды. Он не описывал психологию князей или дружинников, русских былинных богатырей или думных дьяков. Собственно говоря, именно это мы и считаем главным достоинством его работ. Ключевский попытался дать штрихи к психологическому портрету наиболее массового выразителя «русской души» — того самого крестьянина, а не представителей элиты. И это естественно: предпринятый им анализ таких источников, как жития преподобного Авраамия, показывает явно недостаточные признаки значительного социального расчленения в населении того периода. Более того, все это население представляется сплошной однообразной сельской массой. И уж, во всяком случае, население Великороссии было в значительно большей степени сельским и крестьянским по своему составу, чем население южной Руси. Однако обратимся к самим этюдам.

Этюд № 1. «Народные приметы великоросса своенравны, как своенравна отразившаяся в них природа Великороссии. Она часто смеется над самыми осторожными расчетами великоросса; своенравие климата и почвы обманывает самые скромные его ожидания, и, привыкнув к этим обманам, расчетливый великоросс любит подчас, очертя голову, выбрать самое что ни на есть безнадежное и нерасчетливое решение, противопоставляя капризу природы каприз собственной отваги. Эта наклонность дразнить счастье, играть в удачу и есть великорусский *авось»* (Ключевский, 1987).

Сравните с тем, что во всем мире называется «русской рулеткой» или «русскими горками». Сравните с тем самым, введенным в российский фольклор XX века А. Райкиным, словечком «авоська». И вы согласитесь, что Ключевский прав, по крайней мере в своем выводе: наклонность «дразнить счастье» и «играть в удачу», безусловно, является одной из весьма заметных черт национальной психологии.

Этюд № 2. «В одном уверен великоросс — что надобно дорожить ясным летним рабочим днем, что природа отпускает ему мало удобного времени для земледельческого труда и что короткое великорусское лето умеет еще укорачиваться безвременным нежданным ненастьем. Это заставляет великорусского крестьянина спешить, усиленно работать, чтобы сделать много в короткое время и вовремя убраться с поля,

а затем оставаться без дела осень и зиму. Так великоросс приучался к чрезмерному кратковременному напряжению своих сил, привыкал работать скоро, лихорадочно и споро, а потом отдыхать в продолжение вынужденного осеннего и зимнего безделья. Ни один народ в Европе не способен к такому напряжению труда на короткое время, какое может развить великоросс; но и нигде в Европе, кажется, не найдем такой непривычки к ровному, умеренному и размеренному, постоянному труду, как в той же Великороссип» (Ключевский, 1987).

Сравните с поговоркой: «Русский мужик долго запрягает, да быстро едет». Сравните с часто использовавшимися в России так называемыми «мобилизационными» моделями «догоняющего развития». И вы согласитесь, что Ключевский вновь прав: способность к краткосрочному напряжению всех сил и неспособность к труду размеренному, рационально спланированному, экономичному, безусловно, также является одной из заметных черт национальной психологии.

Этюд № 3. «Невозможность рассчитать наперед, заранее сообразить план действий и прямо идти к намеченной цели заметно отразилась на складе ума великоросса, на манере его мышления. Житейские неровности и случайности приучали его больше обсуждать пройденный путь, чем заглядывать вперед. В борьбе с нежданными метелями и оттепелями, с непредвиденными августовскими морозами и январской слякотью он стал больше осмотрителен, чем предусмотрителен, выучился больше замечать следствия, чем ставить цели, воспитал в себе умение подводить итоги насчет искусства составлять сметы. Это умение и есть то, что мы называем *задним умом.* Поговорка "русский человек задним умом крепок" вполне принадлежит великороссу. Но задний ум не то же, что *задняя мысль.* Своей привычкой колебаться и лавировать между неровностями пути и случайностями жизни великоросс часто производит впечатление непрямоты, неискренности. Великоросс часто думает надвое, и это кажется двоедушием. Он всегда идет к прямой цели, хотя часто и недостаточно обдуманной, но идет, оглядываясь по сторонам, и потому походка его кажется уклончивой и колеблющейся. Ведь *лбом стены не прошибешь,* и *только вороны прямо летают,* говорят великорусские пословицы. Природа и судьба вели великоросса так, что приучили его выходить на прямую дорогу окольными путями. Великоросс мыслит и действует так, как ходит. Кажется, что можно придумать кривее и извилистее великорусского проселка? Точно змея проползла. А попробуйте пройти прямее: только проплутаете и выйдете на ту же извилистую тропу» (Ключевский, 1987).

Сравните с поговоркой «левой рукой чесать правое ухо» и «бабушка надвое сказала». Сравните даже не проселки, а кривые улицы российских городов с абсолютно геометрически выверенными улицами большинства городов европейских и единственного построенного на европейский лад российского города, С.-Петербурга. Классический пример — римская Помпея, в которой через улицу просматривался весь город, а сходились улицы исключительно под прямым углом, при единственным исключении — кривой была специально выстроена улица, на которой находился публичный дом (чтобы жена не видела, куда свернул ее муж). И вы вновь согласитесь, что Ключевский безусловно прав в своем выводе: склонность к ретроспективной рефлексии, способность к остро критичному анализу и самоанализу прошлого (вплоть до самобичевания, самоуничижения и «самоедства») при одновременной неспособности к

планированию будущего, подчас до отрицания самой возможности его предвидения и прогнозирования, также относится к одной из заметных черт национальной психологии. Это заметная особенность национального способа мышления.

Литературно-философские размышления

Исторически сложилось так, что в российской культуре практически не было ни философии, ни психологии в качестве развитых самостоятельных научных сфер. Под наукой, со времен Петра I с его Кунсткамерой, подразумевались обычно естественные или, позднее, еще и технические науки. Функции гуманитарных наук на себя изначально взяла литература. Вначале это были исторические летописи, которые обобщали все — от факта до его психологического анализа и философского осмысления. Потом эти функции взяла на себя художественная литература. Первые собственно философские труды (не считая православно-богословских) появляются в России в XIX веке. Первые психологические работы — в самом его конце (работы Н. К. Михайловского в рамках теории «героя» и «толпы»), да и те носят в значительной степени заимствованный, во многом подражательный характер. Однако до них и помимо них вопросы психологии «русской души» блестяще исследовались А. С. Пушкиным, Л. Н. Толстым и другими литераторами. Особое место в этом ряду занимает творчество Ф. М. Достоевского. Собственно говоря, именно в нем Запад открыл для себя пресловутую «русскую душу» и с ним же связал саму возможность ее понимания.

В одном из наиболее глубоких и сущностных, с психологической точки зрения, произведений, само название которого всегда ассоциировалось с Россией («Записки из мертвого дома»), герои кажутся автору сначала просто толпой, массой, причем весьма простой — уголовники. Они грубы, безжалостны, покорны начальству. Затем, правда, видимость простоты рушится, масса распадается на составляющие. Сначала рушится видимость покорности — арестанты оказываются покорными «до известной степени». Затем рушится и видимость простоты — оказывается, что при всей внешней простоте и примитивности люди, образующие эту массу, достаточно сложны. Понятно, что это разрушение массы нужно писателю для ее описания. Но психологически одно не отменяет другого: изначально, в качестве самого главного, подчеркивается массовая психология народа. Далее эта массовость разлагается на отдельные составляющие.

В конспекте ненаписанной статьи «Социализм и христианство» Достоевский дает свое понимание истории человечества через призму развития личности. Согласно анализу одного из глубоких исследователей творчества Достоевского, Ю. Г. Кудрявцева, эта логика выглядит следующим образом: « Сначала люди жили массою. Личность не выделена. Затем она появляется, противопоставляет себя массе, обособляется. Общность утеряна. Каждый живет для себя. Нередко ради того, чтобы "иметь", видя в этом смысл жизни. Это грозит вырождением. От него спасает идеал. Идеал: жить ради того. чтобы "быть", возвращение личности в общество и добровольное служение ему. Создается общность личностей, способных добровольно поступаться материальным и тем уже возвышающих себя духовно. Историю человечества Достоевский рассматривает как путь от неосознанного "быть" через осознанное "иметь" к осознанному "быть". Происходит отрицание отрицания. Как бы возврат к старому, но на иной ос-

нове, ибо при неосознанном "быть" не была выделена личность в аспекте самостоятельности мышления, она намечалась лишь в аспекте ориентации. В будущем обществе человек будет личностью в том и в другом аспектах. Но путь к идеалу не предопределен фатально» (Кудрявцев, 1979).

Получается, что, выделяясь из массы, личность обречена на возвращение в нее же. Правда, на новом уровне, но это мало что принципиально меняет для понимания «русской души» в изображении Достоевского. Тут все достаточно четко и ясно: масса — противопоставление массе — возвращение в массу, жертва личности в ее пользу. Исходя из этой цепочки, рассмотрим компоненты массовой «русской души».

Одно из важнейших проявлений иррациональной «русской души» — ее принципиальная алогичность. По Достоевскому, человек сложнее разума и логики. При всей бесспорности этого тезиса в реальной жизни он приводит к удивительным алогизмам. Об одном из своих героев писатель говорит: «В глубине души своей сложил он одно решение и в глубине сердца своего поклялся исполнить его. По правде-то, он еще не совсем хорошо знал, как ему поступить, то есть, лучше сказать, вовсе не знал; но все равно, ничего» (Достоевский, 1958-1973). То ли сложил решение, то ли не знал, как поступить. То ли поклялся исполнить, то ли нет. Впрочем, «все равно, ничего».

Всякий человек способен любить и ненавидеть — в логичном варианте, любить одного и ненавидеть другого. Но у Достоевского люди могут любить и ненавидеть одновременно одного и того же. Если два человека терпеть не могут друг друга, то по простой логике они должны расстаться. У Достоевского иначе: «Есть дружбы странные: оба друг один другого почти съесть хотят, всю жизнь так живут, а между тем расстаться не могут»[1].

Вспомним роман «Игрок». Ставки делаются вопреки логике. И вопреки логике следует выигрыш. Потом, правда, логика берет свое — следует проигрыш, но это уже действует логика не человека, а рулетки. Человек же ведет себя алогично и «черту», установленную разумом, не признает. Показателем алогичности служит рок. Очень часто в романах Достоевского возникает ощущение, как будто кто-то, вне людей находящийся, толкает человека идти туда, куда ему совсем и не нужно. Этот рок и ведет «русскую душу».

Один из персонажей в «Идиоте» рассказывает о совершенно азиатской стране Японии: «Обиженный там будто бы идет к обидчику и говорит ему: "Ты меня обидел, за это я пришел распороть в твоих глазах свой живот" и с этими словами действительно распарывает в глазах обидчика свой живот и чувствует, должно быть, чрезвычайное удовлетворение, точно и в самом деле отомстил» (Достоевский, 1958-1973). Персонаж иронизирует, но по Достоевскому получается, что отмщение состоялось: была проявлена сила духа.

Так, в непрерывном алогизме, существует «русская душа» Достоевского. Обратим внимание, насколько напоминает описываемый им алогизм то, что В. О. Ключевский определял как «великорусский авось». Похоже, что это действительно одна из капитальных психологических черт.

См.: *Достоевский Ф. М.* Новые материалы и исследования. // Литературное наследство. Т. 86. М., 1973. — С. 12). Согласно обычной логике, оскорбленный человек должен чувствовать себя плохо, но у Достоевского «человек вообще очень и очень даже любит быть оскорбленным...» (Достоевский, 1958-1973).

Достоевский фиксирует и еще одну заметную массовую черту «русской души» — двоедушие. В «Преступлении и наказании» Свидригайлов советует Раскольникову беречь свою сестру, а сам в то же время предполагает совершить над ней насилие: «Какое странное, почти невероятное раздвоение. И однако же, он к этому был способен» (Достоевский, 1958-1973). Персонаж другого романа, Версилов в «Подростке» дает себе во многом похожую характеристику: «Я могу чувствовать преудобнейшим образом два противоположные чувства в одно и то же время — и уж, конечно, не по моей воле» (Достоевский, 1958-1973).

Однако корень такого двоедушия — не лицемерие, а скорее сложность человека. Как писал Ю. Г. Кудрявцев, человек у Достоевского безграничен. Один делает добро, другой зло, причем нередко один и другой в одном лице. Значит, человек всегда думает надвое, и ждать от него можно чего угодно. Зло и добро уживаются, и нельзя абсолютизировать что-то одно. «Сложен всякий человек и глубок, как море, особо современный, нервный человек» («Неизданный Достоевский», 1971). Это напоминает то, что В. О. Ключевский называл «двоемыслием великоросса». Значит, и это отражает одну из капитальных психологических черт.

Завершая, рассмотрим то, что представляет собой у Достоевского «личность по-русски». Именно в этом вопросе он прямо и откровенно противопоставляет русский тип человека западному. В общем виде, личность — это не тот человек, который действует ради корысти, подчас даже под маской бескорыстия, но зная, что за это «бескорыстие» потом заплатят. Предел утверждения личности — самопожертвование. Личность — самостоятельно мыслящий человек, безличность — подражатель. Безличность видит смысл в обладании материальными благами, личность — в совершенствовании себя, своего духовного мира. Безличность ориентируется на «иметь», личность — на «быть».

«Что же скажите вы мне, надо быть безличностью, чтобы быть счастливым? Разве в безличности спасение? Напротив, напротив, говорю я, не только не надо быть безличностью, но именно надо стать личностью, даже гораздо в высочайшей степени, чем та, которая теперь определилась на Западе. Поймите меня: самовольное, совершенно сознательное и никем не принужденное самопожертвование всего себя в пользу всех есть, по-моему, признак высочайшего развития личности, высочайшего ее могущества, высочайшего самообладания, высочайшей свободы собственной воли. Добровольно положить свой живот за всех, пойти за всех на крест, на костер можно только при самом сильном развитии личности. Сильно развитая личность, вполне уверенная в своем праве быть личностью, уже не имеющая за собой никакого страха, ничего не может и сделать другого из своей личности. То есть никакого более употребления, как отдать ее всю всем, чтоб и другие все были точно такими же самоправными и счастливыми личностями... Но тут есть один волосок, один самый тоненький волосок, но который если попадется под машину, то все разом треснет и разрушится. Именно: беда иметь при этом случае хоть какой-нибудь самый малейший расчет в пользу собственной выгоды» («Неизданный Достоевский», 1971).[1]

Конечно, Достоевский далеко не всегда логичен. Более того, подчас он явно алогичен и даже противоречив, как та самая «русская душа», исследованию которой он

[1] Там же. Т. 5. С. 79-80.

себя посвятил. В записи у гроба жены писатель размышляет, исходя из своего опыта, о смысле существования человека. Человек должен самостоятельно осмыслить себя и свое назначение в мире. Быть личностью. Но здесь же писатель говорит, что каждая личность должна уничтожить свое «я», то есть себя. Речь идет об уничтожении своего «я» в плане ценностной ориентации. Уничтожить свое «я» означает ставить интересы других выше собственных, потерять свое «иметь» ради «иметь» других. Жить ради «быть» и означает жертвовать своим «иметь». Уничтожение своего «я» означает здесь полное проявление и утверждение личности. Чем больше она теряет, тем больше приобретает. Ведь личность существует не для себя, а для того, чтобы своим примером «быть» привлечь внимание других к такой жизненной ориентации.

Таким образом, это и есть та самая личность, которая вышла из массы, обособилась от нее, но вновь настойчиво стремится в массу. По Достоевскому, для того, чтобы облагородить ту массу. Хотя возможны, разумеется, и иные объяснения.

Таких, подлинных личностей, по Достоевскому, в современном ему мире было мало. Но он верил в то, что за ними — будущее. Это связано с тем, что они руководствуются в своей жизни нравственностью, а не рационализмом. Рационалисты, по мнению Достоевского, не лучшие предводители человечества. Не имеющие нравственности, они могут отбросить человечество далеко назад. Нравственность же есть религия Достоевского. Ее наиболее полное выражение — православная нравственность. Иные религии уступают ей в этом отношении. Так, например, «протестантизм узок, безобразен, бесстыден, неразумен, непоследователен, несогласен сам с собой; это вавилон словопрения и буквальности, это — клуб состязаний полумыслящих педантов, полуграмотных гениев и неграмотных эгоистов всякого рода, это — колыбель притворства и фанатизма, это сборное праздное место для всех вольноприходящих безумцев» (Достоевский, 1895). Вот так, не более и не менее. Но самое ужасное, по Достоевскому, заключается во влиянии таких западных течений на русского человека. «Перед авторитетом европейским, например, русский человек, как известно, со счастьем и поспешностью преклоняется, даже не позволяя себе анализа, даже особенно не любит анализа в таких случаях» (Достоевский, 1895). Этому, считает писатель, необходимо противостоять. Однако при господствующих взглядах противостоять становится все труднее. В итоге возникает парадоксальная картина, когда истинно русским людям приходится «уходить в подполье»: «Подпольный человек есть главный человек в русском мире. Всех более писателей говорил о нем я, хотя говорили и другие, ибо не могли не заметить» («Неизданный Достоевский», 1971).

Таким образом, алогичная, «двоемыслящая», но религиозно-нравственная «личность по-русски» у Достоевского противостоит всему плохому на свете и стремится отстаивать все хорошее.

«Счастье по-русски»

От историко-психологического и литературно-психологического анализа становления и особенностей исторически складывавшейся «русской души» перейдем к ее

современному состоянию. Это удивительно, но в той или иной форме мы и сегодня обнаруживаем практически все отмечавшиеся прежде психологические черты.

По данным международного социологического опроса, проведенного в конце 2000 г. под эгидой информационного агентства «Рейтер», современные россияне принадлежат к группе самых «счастливых» наций на основании самоощущения большинства опрошенных[1]. Это явно не означает, что россияне живут лучше всех — просто, видимо, они научились черпать радость из чего-то такого, что развитым народам и странам просто недоступно. Дело в том, что, по данным этого опроса, «счастливее» россиян — только жители Кении, Северной Кореи и еще пары малоизвестных государств. Для сравнения: прагматичные немцы заняли в этом опросе лишь 24-е место. А традиционно жизнерадостные французы — только 15-е.

Парадокс заключается в том, что современные россияне счастливы... беспричинно.

Конкретный анализ не выявляет каких-то определенных «факторов счастья» в российском менталитете. Так, поданным ВЦИОМ, 24 % населения не понимают, нравится им или не нравится заниматься сексом. Две трети населения удовлетворения от секса не получают. У 20 % секс вообще не вызывает никаких чувств. Хуже дело обстоит только у венгров: там радости от секса вообще не ощущает каждый третий житель страны. Самыми сексуально удовлетворенными считают себя итальянцы, китайцы и украинцы (более 50 % населения). Что касается реноме французской любви, то слава о ее масштабах далека от реальности, по оценкам самих французов.

Другой важный компонент бытия, работу, россияне продолжают воспринимать по старинной пословице: «работа не волк, в лес не убежит». Работа делает счастливыми лишь 2 % россиян, т. е., как это устоялось в России веками, работа и счастье — вещи несовместимые. Зато большое трудовое счастье хорошо знакомо американцам и традиционно трудолюбивым немцам. Интересно, что американцы больше всех других народов испытывают счастье от «своих навыков обращения с техникой». Наши люди переживают счастье по этому поводу в шесть раз реже.

В семейной жизни россияне считают себя самыми несчастными на свете. Австрийцы и американцы в этом отношении почти в шесть раз счастливее россиян. Однако проблема измены семье для россиян стоит очень жестко. Рассмотрим такой известный в мире способ совмещения «приятного с полезным», как «служебный роман» (секс на работе). В России с этим вопросом все ясно: «не спи, где работаешь». И большинство населения следует этому житейскому правилу. В отличие от нас, по данным британских социологов, 82 % английских женщин охотно крутят романы со своими коллегами, а остальные хотя и не занимаются этим, но были бы не прочь при случае; 89 % из числа опрошенных абсолютно уверены: активный флирт на работе полезен для здоровья и личной безопасности. Многие женщины считают офис неплохим местом для любовных утех: 28 % опрошенных регулярно занимаются сексом на работе, и две трети из них не жалеют об этом. Помимо офисов, англичанки охотно «любят» в раздевалках (16%), в кабинете начальника (12%), в том числе на его столе (10%), а также в лифте (9 %), на автостоянке (5 %) или даже в посудном шкафу (4 %).

В России нет счастья от ощущения уверенности в себе. Лишь 36 % населения чувствуют себя уверенными в себе. Для сравнения: в ФРГ — 74 %, в Италии — 71 %. При

[1] См.: *Романова М., Северин А.* Оглоушенные счастьем. Московский комсомолец. 2001. 5 января.

этом даже уверенные в себе россияне связывают эту уверенность не с работой или с семьей, а только с тем, как хорошо они выглядят. Каждая вторая женщина и каждый четвертый мужчина в России обращают особое внимание на свой внешний вид. Однако далеко не всем удается выглядеть, как хочется. Некоторым утешением может служить то, что в последние несколько лет россияне стали чаще пользоваться услугами парикмахерских и салонов красоты.

Компенсация отсутствия того, чего им хочется, осуществляется гражданами в достаточно агрессивных формах. Так, не менее трети населения регулярно, в качестве обиходной, используют ненормативную лексику; 47 % опрошенных прибегают к этой лексике иногда, и лишь 19 % ее никогда не употребляют. Причем почти в 40 % случаев мы «просто отводим душу», иначе говоря, снимаем стресс. Обычно это сопровождается у мужчин принятием алкоголя или просмотром телепередач.

В целом, получается, что современные россияне счастливы просто от того, что живут на свете. В целом, это очень эмоциональный и очень верующий (причем совершенно безотносительно к религии) народ. Хорошие люди: больше половины населения озабочено положением дел в космосе и судьбой бездомных животных. И совсем не думают о себе...

Понятие индивидуального, отдельного, тихого и спокойного европейского счастья до сих пор не знакомо России. Причем все это — продолжение старой традиции. Психологически получается, что ничего нового за последние 100-150 лет в «русской душе» не произошло. Сравним данные современной социологии с тем, что писал в свое время Ф. М. Достоевский.

Начнем с самого общего определения, задающего принципиальный подход. Писатель был убежден: «Нет счастья в комфорте, покупается счастье страданием. Таков закон нашей планеты...» (Достоевский, 1973). В «Дневнике писателя» Достоевский размышлял: «Посмотрите, кто счастлив на свете и какие люди соглашаются жить? Как раз те, которые похожи на животных и ближе подходят под их тип по малому развитию их сознания. Они соглашаются жить охотно, пить, спать, устраивать гнездо и выводить детей. Есть, пить, спать по-человеческому — значит наживаться и грабить, а устраивать гнездо — значит по преимуществу грабить» (Достоевский, 1895).

Вот так получается. «Русская душа» требует развития сознания «большого», непременно массового, которое не могло бы строить свой тесный мир и замыкаться в нем. Тут все нараспашку, все на сверхсильных эмоциях — таких, чтобы не есть, не спать, не устраивать гнезд и не беспокоиться о детях. Все это заменяется поиском смысла жизни и переживанием собственных несчастий. Особенно важен смысл жизни, который обязательно хочется познать. «Лучше быть несчастным, но знать, чем счастливым и жить... в дураках» (Достоевский, 1958-1973). Собственно говоря, только поиск смысла жизни, причем поиск через собственные несчастья, по Достоевскому, и способен действительно осчастливить человека.

«Растительное» существование для писателя предполагает отсутствие счастья. Этому и противопоставляется иное понимание счастья — как счастья знания, видения. Комфорт же заслоняет видение: «А в комфорте-то, в богатстве-то вы бы, может, ничего бы и не увидели из бедствий людских, Бог, кого очень любит и на кого много надеется, посылает тому много несчастий, чтоб он по себе узнал и больше увидел, потому в несчастии больше в людях видно горя, чем в счастье» (Достоевский, 1958-1973).

Это, действительно, психология глубоко верующего народа. Причем вера и впрямь существует безотносительно к религии, как специфическое состояние сознания, вполне заменяющее его рациональные формы. Понятно, что развиваемая Достоевским трактовка счастья как противоположности западноевропейской трактовки индивидуального, локального, рационального счастья есть прежде всего оправдание той несчастной жизни, которой всегда жил русский человек. Собственно говоря, пресловутая «русская душа» вся представляет собой психологическую компенсацию неимоверных трудностей и оправдание определенного, вынужденного, антиевропейского способа жизни. С этой точки зрения, вполне понятно следующее утверждение: «Кто требует от другого всего, а сам избавляется от всех обязанностей, тот никогда не найдет счастья» (Достоевский, 1928). Залог «счастья по-русски» в ином — не в требовании от других, а в самоотдаче, в растворении себя в чужих несчастьях. Если ты не можешь сделать другого человека счастливым, то, по крайней мере, ты не имеешь права бросить его, если он несчастен. Мать Подростка, будучи глубоко несчастной с Версиловым, не может оставить его, поскольку в этом случае будет еще более несчастна: «Куда я от него пойду, что он счастлив, что ли?» (Достоевский, 1958-1973). Она могла бы оставить человека только тогда, когда он счастлив. Значит, счастлив лишь дающий, жертвующий, причем жертвующий собой. Сравните это с вековой заповедью русского солдата: «Сам погибай, а товарища выручай!». На этой заповеди, между прочим, русские солдаты не один раз победоносно прошли всю Европу.

Ошибочно «счастливы» те люди, которые «задавлены мыслию, что счастье заключается в материальном благосостоянии, а не в обилии добрых чувств, присущих человеку» («Неизданный Достоевский», 1971). Таких «счастливых» Достоевский даже не считает за людей — это «безличности». «Если хотите, — писал Достоевский, — человек должен быть глубоко несчастен, ибо тогда он будет счастлив. Если же он будет постоянно счастлив, то он тотчас же сделается глубоко несчастлив» («Неизданный Достоевский», 1971). Ту же мысль выражает старец Зосима в «Братьях Карамазовых», предсказывая будущую судьбу сердобольного Алеши: «Много несчастий принесет тебе жизнь, но ими-то ты и счастлив будешь...» (Достоевский, 1958-1973). Ф. М. Достоевский совершенно убежден в том, что подлинная личность, в отличие от «безличности», глубоко несчастна. А если и счастлива, то лишь сознанием своего несчастья,

Вот уж, что называется, один из классических парадоксов тот! самой, загадочной «русской души». Обратите внимание на то, что абсолютное большинство героев Достоевского, а они-то и есть носители этой самой «русской души», люди глубоко несчастные. Однако очень часто, в отличие от объективного состояния, субъективно они чувствуют себя вполне счастливыми.

В заключение, кстати, о сексе. «Счастье не в одних только наслаждениях любви, а и в высшей гармонии духа» (Достоевский, 1895). Так сам Ф. М. Достоевский объяснял верность супружескому долгу со стороны пушкинской Татьяны («Но я другому отдана, и буду век ему верна...»).

Так выглядит «счастье по-русски» в начале третьего тысячелетия. Согласимся, что выглядит оно несколько странно, если не сказать большего; однако вместе с тем абсолютно естественно на фоне всей истории «русской души». Время только подтверждает психологическую преемственность в ее развитии.

Основные выводы

1. Национально-этническая психология русских («русская душа») складывалась под влиянием целого ряда факторов в течение исторически длительного времени. Они и породили особый тип социальной психики, отличающийся доминированием массовой психологии над развитием индивидуального сознания. Этому способствовали как объективные, так и субъективные обстоятельства. Во-первых, это были физические, прежде всего геоклиматические условия: однообразные в ландшафтном плане и трудные для освоения обширные равнинные пространства, суровые погодные условия, огромные непроходимые лесные массивы, общая удаленность от морских побережий, специфическая водно-речная сеть. Все это позволяло осваивать территорию только усилиями значительных масс людей и делало практически невозможным индивидуальное или семейное выживание. Во-вторых, это исторические факторы, связанные со средой обитания. Определенное отставание в историческом развитии определялось удаленностью от центров цивилизации. Трудности колонизации территории были связаны с наличием местного населения. В дополнение к нему, существовало и постоянное враждебное внешнее окружение. В совокупности, это отвлекало ресурсы и требовало массовой концентрации населения, как для обороны, так и для хозяйствования. В-третьих, это факторы внутреннего социального устройства: ограниченность частной собственности, консерватизм элиты, абсолютизм царско-княжеского правления, общий архаизм форм и орудий деятельности, длительное существование рабовладения в разных формах тормозили развитие индивидуального сознания, но стимулировали массово-общинные формы жизни.
2. Специфическая конфигурация именно этих условий определила ряд характерных конкретно-психологических особенностей населения, соответствующих специфически массовой психологии. Доминирование иррациональных компонентов в сознании и самосознании породило отрицание рациональности как таковой. Некритичность и завышенная самооценка оказались базой для полной самоуверенности в отсутствии «общего аршина» для «измерения» России. Преобладание эмоциональной веры над другими компонентами психики породило известные постулаты об абсурдности и алогичности «загадочной русской души».
3. В историко-психологическом анализе акцент делается на такие исторически выработавшиеся черты, как великорусский «авось» (надежда на случай и удачу, а не на расчет), неспособность к размеренному «плановому» труду и, напротив, готовность к мобилизационным моделям жизни с краткосрочным напряжением всех сил и эмоциональным надрывом; крепость «задним умом» (склонность к ретроспективной рефлексии с самообвинениями) в ущерб навыкам рационального планирования и прогнозирования жизни. История показывает, что между свободой и равенством великороссы всегда выбирали равенство. Это объясняется тем, что свобода означает индивидуальную ответственность за лично принимаемые решения, тогда как равенство деиндивидуализирует, уравнивает людей, лишая их индивидуальной свободы ради предлагаемой взамен массовой безответственности.
4. Литературно-художественное рассмотрение, веками заменявшее в русской культуре собственно научное, психологическое или даже философское мировоззрение,

приводит к близким выводам. В творчестве наиболее известного певца «русской души» Ф. М. Достоевского демонстрируется, как именно алогичная, «двоемыслящая», сверхсложная, глубоко верующая и потому религиозно-нравственная «личность по-русски» противостоит всему «плохому», которое выражается прежде всего в индивидуалистических, предельно рациональных, в первую очередь частных целях и ценностях, свойственных «западному миру». Такое противостояние становится успешным за счет преобладания общинности, массовости и антииндивиду алистичности в «русской душе». В этом она находит свое счастье и спасение.

5. Данные современных социологических и социально-психологических исследований подтверждают: особенности русской национальной психологии связаны с ее положением на перепутье между индивидуалистическим Западом и тотально деиндивидуализированным Востоком. Не повторяя крайностей восточных деспотий, Россия дала примеры собственного тоталитаризма, породившего особый тип деиндивидуализированного человека. Согласно современным опросам, россияне и поныне счастливы просто от того, что живут на свете, — без всяких попыток рационально оценить свою жизнь. Их радости потому и радости, что ими тешатся сообща. Общинность, массовость, эмоциональность, вера (причем безотносительно к религии) до сих пор доминируют в национальной психологии, уже который раз в истории оказываясь психологическим тормозом для социально-политических попыток модернизации и индивидуализации сознания и деятельности россиян.

ЧяОТ!^ ^

Массовые настроения

Массовые настроения в истории и современность.

Психология массовых настроений.

Массовые настроения в политике.

Массовые настроения в революциях, контрреволюциях и «перестройках».

Эта часть книги целиком посвящена специальному анализу одной из важнейших макроформ реального существования психологии масс — массовым настроениям. Как уже говорилось, таких макроформ всего две: общественное мнение и массовые настроения. Однако общественное мнение давно уже стало предметом изучения социологической науки. Для психологии же именно массовые настроения представляют собой наиболее ощутимую реальность психологии масс.

Массовые настроения — особые психические состояния, охватывающие значительные общности людей. Это состояния, переходные от непосредственных эмоций к осознанным мнениям, предшествующие массовым действиям. Это особые переживания переходного типа, вырастающие из повседневных эмоций, но рационализированные условиями социальной жизни — ее разнообразными политическими, социальными, экономическими, духовными устоями. Это общий настрой массы по отношению к тем или иным аспектам жизни.

Охватывая значительные количества людей, массовые настроения оказываются именно тем механизмом, который обеспечивает социально-психологическую интеграцию, формирование масс и как бы включает, инициирует, а затем регулирует то или иное политическое поведение.

Сплачивая людей, настроения лежат в основе массовых общественных движений, во многом определяя их действия. Прогрессивные настроения ускоряют ход развития человеческого сообщества. Напротив, реакционные настроения служат тормозом общественного развития. Учет массовых настроений, своевременное предвидение их развития становятся все более актуальными задачами науки и практики. Бурные события 1990-х гг. в нашей стране и во всем мире показали силу и влияние настроений. Одновременно они продемонстрировали, как опасно ограничиваться лишь политическими оценками тех или иных настроений, своеобразными оценочно-идеологическими «метками».

Состояние исследования массовых настроений можно определить как фрагментарное, но в целом недостаточное. Упоминания о настроениях как о важном моменте встречаются еще у Аристотеля. Однако долгие годы наука, констатируя связь массовых настроений с политическими действиями, не шла дальше описания отдельных настроений, проявлявшихся в тех или иных ситуациях. Со временем ссылки на «настроения» стали приобретать даже самодостаточное, как бы объясняющее политические действия значение. Эта традиция не изжита до сих пор.

В отечественной науке сложилось своеобразное отношение к проблеме массовых настроений. С одной стороны — целый ряд упоминаний, оценок и указаний на их роль на рубеже XX века, особенно в период подготовки и осуществления революции 1917 г. С другой стороны, законченного, концептуального оформления эти вопросы в советский период так и не получили. Если в первые годы советской власти делались отдельные попытки их изучения (В. М. Бехтерев, П. П. Викторов, Л. Н. Войтоловский, Г. В. Плеханов, Г. Ф. Циген и др.), то затем, с установлением тоталитарно-бюрократической системы, они прекратились. Сталинизму массовые настроения были неинтересны — упоминания о них стали исчезать. Обращения к массовой психологии носили характер предписаний по принципу: «жить стало лучше, жить стало веселее!».

В период хрущевской «оттепели» внимание к проблеме усилилось. Однако реставрация авторитарно-бюрократической атмосферы сужала возможности ученых. Постепенно появились упрощенно-догматические трактовки.

Обобщающих работ, исследующих настроения в качестве механизма массового поведения, в отечественной литературе, до сих пор — единицы[1]. В западной науке массовые настроения хотя и фигурируют в отдельных работах, но их интерпретация либо восходит к традициям «психологии народов» и психологии толпы в их многообразных вариантах, либо ограничивается сугубо прикладными моментами. Есть и еще одна сложность. Для того чтобы объемно исследовать настроения, надо видеть периоды их расцвета. Для западных исследователей это едва ли возможно: общество, в котором они живут, обладает слишком высоким уровнем политического сознания. Оно редко поддается массовым настроениям. Последние являются признаком смутного времени и характерны для переходных периодов социального развития.

[1] См.: *Ольшанский Д. В.* Массовые настроения в политике. — М., 1995.

Массовые настроения в истории и современность

Массовые настроения в историческом развитии. Ш Массовые настроения в XX веке. Ш *Массовые настроения в современных условиях.*

Последние десять лет теперь уже прошлого века принесли впечатляющие примеры активности масс, которая проявилась в бурных социальных процессах. Только в 1989 г. в СССР, по официальным данным, состоялось 5 300 митингов разного рода, на которых присутствовало 12 600 000 человек. Только с 1 января по 23 февраля 1990 г. прошло более полутора тысяч митингов, в которых приняло участие 6 400 000 человек. За два дня 24-25 февраля 1990 г. к ним добавилось еще почти полтысячи митингов и более миллиона участников[1].

Причем процессы вовлечения в социально-политические действия значительных масс людей, охваченных определенными настроениями, нарастали. Для тогдашнего советского общества это открытие оказалось связанным с серьезным потрясением. «Неожиданность» результатов такого рода, однако, продолжает вызывать сомнения. Согласно уже приводимому нами известному выражению Г. Гегеля, «дурная сторона» общества — масса недостаточно образованных простых людей — своим беспокойством создает движение, без чего не было бы истории. Роль массовых настроений, под влиянием которых действуют массы таких людей, значительна и в историческом развитии, и в современных условиях.

Массовые настроения в историческом развитии

Адекватное рассмотрение роли массовых настроений в историческом развитии общества возможно только на основе соответствующих источников — прежде всего описаний исторических событий. С одной стороны, это позволяет выявить феномен настроений и его влияние на масштабные социально-политические события в тот или иной период истории. С другой же, не менее существенной стороны, это дает возможность проследить, когда и в какой связи появилось данное понятие в историографии, т. е. '.'становить предысторию понятия и определить момент, когда оно стало употребляться для объяснения тех или иных ситуаций. При всей взаимосвязанности историчес-

[1] Правда. 1990. 26 марта.

кой действительности и ее историографического отражения такое различение реальной истории и ее осмысления в нашем случае не просто необходимо, но и достаточно плодотворно.

Изучение описаний исторических событий, их прочтение с точки зрения исследуемого нами предмета позволяет прийти к выводу, что понятие «настроения» в социально-политическом контексте встречается при описании динамичных процессов. «Настроения» становятся заметными для исследователей при рассмотрении бурных периодов и эпизодов исторического развития, обычно связанных с серьезными общественно-политическими потрясениями.

Одним из первых обратился к этому понятию еще Аристотель, связывая «настроения лиц, поднимающих восстание», с мятежами, направленными на свержение власти, а также с «политическими смутами» и «междоусобными войнами» (Аристотель, 1911). Однако это наблюдение Аристотеля не получило достаточного развития ни в его собственных трудах, ни в работах мыслителей на протяжении последующего достаточно длительного периода. Долгие годы анализ социально-политических событий осуществлялся в рамках историографической традиции, выдвигавшей на первое место деяния отдельных политических персонажей, руководствовавшихся якобы достаточно осознанными решениями. Каноны «жизнеописаний», созданных античными историками Плутархом, Светонием и др., не предполагали использование в объяснении социально-политической реальности таких достаточно размытых понятий, как «настроения». Тем более они не предполагали изучение массового выражения этих настроений. Таким образом, наблюдение Аристотеля, глубоко исследовавшего проблемы организации общества, можно считать лишь прозорливой догадкой, намного опередившей и современный ему уровень социально-политического анализа, и последующий.

Европейская история настроений

Определенный всплеск внимания к «настроениям» в массовом контексте обнаруживается спустя большой временной промежуток в работах, посвященных истории Средних веков и эпохи Возрождения. Об этом особом, специфическом феномене пишут исследователи тех времен, начиная вновь употреблять слово «настроение» и близкие к нему понятия, «наиболее адекватно» передающие «напряженный драматизм эпохи Возрождения — времени великих взлетов и великих падений» (Рутенбург, 1973).

В этот период зарождается новая историографическая традиция, новые способы осмысления политики, в рамках которых в единстве действия начинают рассматриваться отдельная личность и народ в целом. «Острые социальные схватки — закономерность, движущая весь исторический процесс, — такова концепция Макиавелли-историка. Это первая в истории европейской мысли книга, сочетающая в себе глубокий анализ человеческой жизни, тонкий психологизм и широкое мировоззрение» (Рутенбург, 1973).

В «Истории Флоренции» Н. Макиавелли писал: «Глубокая и вполне естественная вражда... порожденная стремлением одних властвовать и нежеланием других подчиняться, есть основная причина всех неурядиц, происходивших в государстве». И далее объяснял: «Ибо в этом *различии умонастроений* (курсив мой. —ДО.) находят себе пищу все другие обстоятельства, вызывающие смуты...» (Макиавелли, 1973). К этой

мысли он возвращался и в других работах: исторический процесс, смена форм государства происходят под влиянием «непреложных жизненных обстоятельств», под воздействием «непреложного хода вещей», в котором проявляются действия людей, «охваченных определенными настроениями» (Machiavelli, 1877).

Можно с большой долей уверенности предположить, что именно такие феномены, соединяющие людей в едином социально-политическом действии, имел в виду и К. Маркс, делая следующую выписку из сочинений флорентийца: «Народ в совокупности силен, а в отдельности — слаб» («Выписка 15-я...», 1929).

Отделив политику от морали и религии, начав исследовать собственно политические явления и процессы, Н,. Макиавелли не миновал феномена массовых настроений. Однако, создав принципиальные основы нового понимания, он не дал специального анализа роли массовых настроений в социальной жизни. Тем не менее традиции, заложенные им, получили в дальнейшем серьезное развитие.

Спустя многие годы, возвращаясь к ним при рассмотрении позднего Средневековья, И. Хейзинга писал: «Без сомнения, тот или иной элемент страсти присущ и современной политике, но, за исключением периодов переворотов и гражданских войн, непосредственные проявления страсти встречают ныне гораздо больше препятствий: сложный механизм общественной жизни сотнями способов удерживает страсть в жестких границах. В XV веке внезапные аффекты вторгаются в политическую жизнь в таких масштабах, что польза и расчет все время отодвигаются в сторону» (Хейзинга, 1988). Повседневная жизнь того времени проявлялась «то в неожиданных взрывах грубой необузданности и звериной жестокости, то в порывах душевной отзывчивости, в переменчивой атмосфере которых протекала жизнь средневекового города». Исследователю очевидно, что «все это — настроения... без каких бы то ни было ограничений и на глазах у всех» (Хейзинга, 1988).

Роль массовых настроений в европейском Средневековье отмечает и А. Я. Гуревич, подчеркивая сложность их адекватного анализа для современных исследователей, которые вынуждены опираться прежде всего на письменные тексты, созданные элитой. Не касаясь здесь вопроса о методах исследования массовых настроений, отметим ту роль, которую они, бесспорно, стали играть именно с периода Средневековья. Город как особый способ группирования людей того времени порождал массовые заразительные психические процессы. Под влиянием этих процессов значительные общности людей приходили в сходные психические состояния. Это проявлялось в разнообразных действиях масс. Среди заразительных психических состояний, игравших роль в социально-политической жизни, именно в это время наиболее заметными становятся массовые настроения.

В дальнейшем они оказываются влиятельным фактором жизни европейского общества. Понятие «настроения» в таком контексте начинает использоваться достаточно часто: при описании крестьянских восстаний (Жакерия), бунтов против королевской власти, первых буржуазных революций и т. д. Подчас разные настроения смешиваются между собой (например, политические настроения с религиозными или этническими), однако с течением времени они выделяются в самостоятельный феномен, проявляющийся при специфических процессах.

Так, А. З. Манфред, основываясь на многочисленных первоисточниках, считает динамику таких настроений одним из важных моментов в истории Франции конца

XVIII — начала XIX века. Приближение Великой французской революции, в частно сти, характеризуется тем, что «вся страна была охвачена революционным брожени ем. ...Выборы в Генеральные штаты и составление наказов проходили в обстановке крайнего общественного возбуждения». Это проявлялось буквально во всем, подчас совершенно неожиданно: «Рост боевых демократических настроений давал о себе знать и в театральной жизни страны» (Манфред, 1983).

«Население Парижа и других городов Франции находилось в непрерывном возбуждении. Газеты, многочисленные брошюры и листовки, выпускавшиеся в те дни, пользовались огромным спросом. У всех пробудился интерес к политике; люди жили нетерпеливым ожиданием перемен. В Париже на площадях и бульварах возникали импровизированные собрания. Никому не ведомые ораторы произносили вдохновенные речи... приносили последние новости... вслух читали газеты. Стоявшие в Париже войска заряжались этим настроением народа». Оказалось достаточным небольшой искры: ею стала пришедшая из Версаля весть, «которая вызвала взрыв негодования... Народ стихийно поднялся на борьбу, улицы и площади стали заполняться толпами... загудел набат... народ захватил несколько десятков тысяч ружей. Вооруженное восстание ширилось и росло...» (Манфред, 1983).

Сыграв огромную роль в победе революции, массовые настроения показали свою динамичность и силу, проявившись и на закате революционных событий, способствуя приходу к власти Наполеона. К этому времени общим стало настроение недовольства, связанное с непрерывными политическими потрясениями, разрушением прежних механизмов экономической жизни, военными неудачами властей, страхом перед якобинским террором. «Порядок, стабильность, прочные устои, гарантирующие от опасности слева и ...справа, считались необходимым условием для возобновления... полнокровной жизни общества...» Такие настроения в первую очередь отличали буржуазию. Однако в значительной мере те же настроения были присущи и созданному революцией классу крестьян-собственников.

Отмечая важность проблемы настроений, А. 3. Манфред отмечал: «Конкретно-исторически эта тема остается неизученной, и здесь приходится больше прибегать к догадкам, чем утверждать с определенностью. Все же, не рискуя ошибиться, можно сказать, что крестьяне, желавшие спокойно пользоваться плодами приобретенного, требовали порядка и стабильности. Атмосфера ажиотажа, неустойчивости цен, колебания политики то вправо, то влево была не по нутру крестьянам, противоречила их интересам, их склонности к накоплению, порождала чувство неуверенности в завтрашнем дне и неудовлетворенности сегодняшним. На волне таких настроений и произошел политический переворот» (Манфред, 1973).

Задолго до А. 3. Манфреда уже хорошо знакомый нам Г. Лебон писал: «Мы знаем, каково было в момент французской революции состояние умов...: трогательный гуманитаризм, который, начав идиллией и речами философов, кончил гильотиной. Это самое настроение, с виду столь безобидное, в действительности столь опасное, вскоре привело к хаосу и крушению общества» (Лебон, 1908).

Исследуя Великую французскую революцию и последовавшие за ней события XIX века, фактор массовых настроений позднее выделяли, используя несколько иные понятия, К. Маркс и Ф. Энгельс. Это привело их к созданию всем известной методо логии понимания роли «народных масс» в историческом развитии.

Настроения в русской истории

В русской историографии отводилась особая роль настроениям и описанию их места в политике. Если в рассмотрении европейской истории намечаются лишь явственные контуры, очерчивающие роль данного феномена и обозначается приблизительный период, когда эта роль стала заметной в политологическим анализе, то в русской истории все было значительно отчетливее. Отечественная историография зафиксировала не только тот момент, когда заметным стал сам феномен, но и тот, когда оформилось н получило распространение соответствующее понятие.

Согласно анализу В. О. Ключевского, специфическую роль в русской истории сыграло Смутное время, «четырнадцать бурных лет, пережитых Московским государством» в начале XVII века. Смута привела к двум важнейшим последствиям в положении государства: во-первых, «прервалось политическое предание, старый обычай, на котором держался порядок в Московском государстве»; во-вторых, «смута поставила государство в такие отношения к соседям, которые требовали еще большего напряжения народных сил для внешней борьбы», чем раньше. «Отсюда, из этих двух перемен, вышел ряд новых политических понятий, утвердившихся в московских умах, и ряд новых политических фактов.... Прежде всего из потрясения, пережитого в Смутное время, люди Московского государства вынесли обильный запас новых политических понятий, с которыми не были знакомы их отцы... Это и есть начало политического размышления» (Ключевский, 1987-1990). Вот когда настроение стало одним из политических понятий.

По Ключевскому, получается, что в этот период в России начались процессы, которые Н. Макиавелли зафиксировал в Европе XIV-XV веках. Стали появляться похожие политологические «праконцепции», включавшие не только «государя», но и «государство», и даже «народ». Среди наиболее важных «новых политических понятий» здесь, как и в Европе, оказывается «настроение».

Выделяя специальный раздел в описании последствий Смуты — «Настроение общества», —Ключевский прослеживает ясную связь политики с настроениями. Он пишет, что «внутренние затруднения правительства усиливались еще глубокой переменой в настроении народа. Новой династии приходилось иметь дело с иным обществом, далеко не похожим на то, каким правили прежние цари. Тревоги Смутного времени разрушительно подействовали на политическую выправку этого общества... Недовольство становится и до конца века остается господствующей нотой в настроении народных масс... Эта перемена выразилась в явлении, какого мы не замечали прежде в жизни Московского государства: XVII век был в нашей истории временем народных мятежей» (Ключевский, 1987-1990).

Роль настроений усиливалась и далее — в частности, тем, что попытка властей укрепить государственное устройство централизованно-административным путем и жестко разграниченным сословным строем лишь усилили «рознь общественных интересов и настроений» (Ключевский, 1987-1990). С течением времени последовала их поляризация и политизация. Поэтому понятно, что, изучая последующие периоды русской истории, Ключевский от «настроения народных масс» переходит к более дифференцированным понятиям. Он пишет, например, о том, что перемена в государственном положении дворянства в конце XVIII века (отмена обязательной военно-гражданской службы) «глубоко изменила настроение сословия»; рассматривает ис-

токи и динамику «политического настроения шляхетства», называя одну из своих лекций: «Политические настроения дворянства после Петра». И таких примеров немало (Ключевский, 1983).

Фактор настроений в близких контекстах выделялся и другими историками России. Так, в частности, не менее известный С. М. Соловьев, исследуя петровскую эпоху, писал: «Мы видели, в каком *настроении* (курсив мой. — *Д.* О.) духа сотрудники Петра... поднесли ему титул императора Великого и Отца Отечества»[1].

Для исследователей русской истории, как и для специалистов по европейскому Средневековью, важным был, как уже говорилось, вопрос о методе изучения феномена массовых настроений в политике. Пытаясь адекватно решить данную проблему, они опирались не только на мысленную психологическую реконструкцию мотивов поведения участников политических событий, но и на письменные источники, носившие не только элитный характер. «...Мы имеем и документальные свидетельства о политическом настроении и образе действий тогдашнего шляхетства», — писал В. О. Ключевский, исследуя записки и проекты, подававшиеся представителями послепетровского дворянства в высшие органы власти (Соловьев, 1989).

Подобный подход не давал, тем не менее, полной уверенности в его адекватности. Простая фиксация историками феномена массовых настроений вызывала вопросы и о методологии, и о конкретных методах его изучения. Эти вопросы, поставленные в исторических исследованиях, продолжают оставаться актуальными и в наше время.

Массовые настроения в XX веке

Двадцатый век, породив глобальные массовые политические феномены, продемонстрировал возрастающую роль народных масс в историческом развитии. Российским большевикам, и прежде всего В. И. Ленину, удалось не только выявить и использовать фактор массовых настроений в политических процессах, но и дать многочисленные наметки аналитического подхода к данному вопросу. Они давно обобщены в соответствующей литературе[2].

Охваченные определенными настроениями массы стали достаточно самостоятельной силой в политике. Примеры этого дает, в частности, С. Д. Мстиславский — в то время крупный деятель партии левых эсеров, — касаясь событий Февральской революции: «...В этот момент выступил Керенский... Он был бессилен... перед враждебной толпой, он был не в силах переломить силою слова, силою воли собственной - своей силой настроения массы» (Мстиславский, 1922).

Описывая последовавшие за этим события 1917 г., А. М. Горький в цикле публицистических статей в газете «Новая жизнь», объединенных затем под названием «Несвоевременные мысли», для обозначения разгулявшихся в это время массовых настроений использует такие выражения, как «обалдевшая масса», «взрыв зоологических инстинктов», «отвратительные картины безумия», «чертополох ядовитой вражды, злых подозрений, бесстыдной лжи, клеветы, болезненных честолюбий» и т.д.[3]

[1] *Соловьев С. М.* Чтения и рассказы по истории России. М., 1989. С. 582.

[2] См.: *Парыгин Б. Д.* В. И. Ленин о формировании настроения масс. Автореф. канд. дисс. Л., 1961.

[3] См.: Новая жизнь. 1917. №№ 2, 74, 195, 205.

Яркими примерами описания массовых настроений и их роли в октябре 1917 г. полна известная книга Д. Рида, в предисловии к первому изданию которой Н. К. Крупская писала: «Все эти картинки, выхваченные из жизни, как нельзя лучше передают настроения масс — настроение, на фоне которого становится особенно понятен каждый акт великой революции» (Крупская, 1923).

Приведем лишь один пример тогдашнего анализа данного феномена: «В отношениях между слабым правительством и бунтарски настроенным народом наступает момент, когда каждый акт власти доводит массы до отчаяния, а каждый отказ со стороны власти действовать вызывает презрение по ее адресу» (Рид, 1923).

Количество подобных описаний в различных текстах XX века нарастает столь стремительно, что они едва ли поддаются сколько-нибудь полному анализу и систематизации. Однако это привело к определенному качественному сдвигу в осмыслении роли феномена массовых настроений. Подведя вынужденную черту под накоплением чисто исторических описаний, попытаемся обобщить имеющуюся феноменологию.

К обобщению опыта

В контексте нашего анализа принципиальное значение имеют два момента. Первый связан с пониманием субъективных аспектов истории социально-политической жизни. Второй — с акцентированием роли масс как реального субъекта исторического развития. Простое феноменологическое рассмотрение приводит к констатации того, что история есть прежде всего человеческая деятельность с определенными результатами. Выражаясь в тех или иных социальных и политических институтах, эта деятельность наполняет собой социально-политические процессы. Одна из полезных в данном случае трактовок исходит из известного положения: «Главный недостаток всего предшествующего материализма — включая и фейербаховский — заключается в том, что предмет, действительность, чувственность берется только в форме объекта или в форме созерцания, а не как человеческая чувственная деятельность, практика, не субъективно» (Маркс, Энгельс, 1951-1984).

Если согласиться с данными авторами, то следует исходить из понимания политики как специфической деятельности людей: «История не делает ничего, она "не обладает *никаким* необъятным богатством", она "не сражается ни в каких битвах"! Не "история", а именно человек, действительно живой человек — вот кто делает все это, всем обладает и за все борется. "История" не есть какая-то особая личность, которая пользуется человеком для достижения *своих* целей. История — не что иное, как деятельность преследующего свои цели человека» (Маркс, Энгельс, 1951-1984). Ясно, что и политика — тоже.

Деятельность немыслима без субъекта, субъект же не может действовать без мотивационных факторов. Тот же марксизм совсем не простыми путями шел к подобному восприятию исторической феноменологии данного типа. Первоначально его основоположники, вычленив наиболее существенные факторы, предостерегали от опасности потерять из виду все остальные: «Ни я, ни Маркс большего никогда не утверждали. Если же кто-нибудь искажает это положение в том смысле, что экономический момент является будто бы единственно определяющим моментом, то он превращает это утверждение в ничего не говорящую, абстрактную, бессмысленную фразу. Эко-

комическое положение — это базис, но на ход исторической борьбы также оказывают влияние и во многих случаях определяют преимущественно ее форму, различные моменты надстройки: политические формы классовой борьбы и ее результаты — государственный строй, установленный победившим классом после выигранного сражения, и т. п., правовые формы и даже отражение всех этих действительных битв *в мозгу участников* (курсив мой. *—Д. О.),* политические, юридические, философские идеи, религиозные воззрения и их дальнейшее развитие в систему догм» (Маркс, Энгельс, 1951-1984).

Как бы предвидя будущую абсолютизацию противопоставления объективного и субъективного, Ф. Энгельс указал на это «и даже...». Сегодня мы понимаем, что догматические трактовки марксизма противопоставляли ранние труды его создателей, касающиеся философской проблематики человека, поздним, в основном социально-экономическим работам. Опираясь исключительно на последние, было легче строить «социалистическое государство», игнорируя сознание, психику, настроения людей. Искажая реальность, они тем самым дегуманизировали историю и политику, лишая их человеческого, субъективного измерения. Отметим, однако, что первые последователи марксизма, в частности Г. В. Плеханов, выделяли данные моменты: «Нет ни одного исторического факта, которому не предшествовало бы... и за которым не следовало бы известное состояние сознания» (Плеханов, 1956). Недооценка этого наблюдалась позднее.

Как уже говорилось, во многих работах в рамках данного методологического подхода дан вполне реалистический анализ феноменологии — различных сторон деятельности значительных масс людей, побуждаемых определенными настроениями. Признание того, что именно массы людей являются главным субъектом развития, всегда было краеугольным камнем для этого направления. Так, в частности, связывая реальную политику с действиями масс и противопоставляя это элитаристскому подходу, В. И. Ленин подчеркивал: «...политика начинается там, где миллионы; не там, где тысячи, а там, где миллионы, там только начинается серьезная политика» (Ленин, 1967-1984).

Признание сферы материального производства в качестве определяющей все остальные формы жизнедеятельности людей характеризует массы не только как главную производительную силу общества, как создателя материальных ценностей, но и как активную силу политических процессов, как решающий фактор исторического развития. В истории, согласно данной точке зрения, действует объективный закон возрастания роли масс, согласно которому «вместе с основательностью исторического действия будет... расти и объем массы, делом которой оно является» (Маркс, Энгельс, 1951-1984). Особенно выделялась мысль о том, что «увеличение глубины захвата исторического действия связано с увеличением численности исторически действенной массы» (Ленин, 1967-1984).

Разумеется, с этим можно спорить, стоя на других методологических позициях. Однако согласимся с тем, что данные положения были реализованы с практической точки зрения. Они позволили подготовить и осуществить государственный, политический и социальный переворот 1917 г. Как известно, одним из упреков победителей по поводу принципиальных недостатков иных, «предшествовавших марксизму» теорий общественного развития было то, что все они «не охватывали как раз действия масс населения, тогда как исторический материализм впервые дал возможность с ее-

тественно-исторической точностью исследовать общественные условия жизни масс и изменения этих условий» (Ленин, 1967-1984).

Здесь также можно спорить. Однако данная точка зрения, при условии ее демистификации и деабсолютизации, все-таки имеет право на существование — хотя бы как отражающая одну из сторон сложного феномена социально-политической жизни.

Сказанное касается и отражения условий жизни в психологии масс. Тем самым становится понятно, что историко-материалистические позиции дают определенные возможности для достаточно адекватного анализа влияния субъективных состояний, охватывающих значительные массы людей, на ход исторического развития вообще и политической жизни в частности. Как указывали все те же основоположники марксизма, при исследовании «движущих сил» истории «надо иметь в виду не столько побуждения отдельных лиц, хотя бы и самых выдающихся, сколько те побуждения, которые приводят в движение большие массы людей...» (Маркс, Энгельс, 1951-1984).

Эти положения можно считать достаточно продуктивными для понимания роли феномена массовых настроений в истории, а также для осмысления их роли и значения в современных условиях.

Массовые настроения в современных условиях

Динамика политических процессов в XX веке, сопровождаясь все большим вовлечением широких масс в политику, подтвердила в общем виде основные подходы, выработанные на основании обобщения хода предшествующего развития. Однако современные условия ставят новые вопросы, ответы на которые не вытекают из трудов классиков. Дело заключается в том, что в сегодняшнем мире налицо не просто количественное нарастание и умножение роли масс, а значительные качественные изменения масс как субъекта социально-политических процессов. Как тонко заметил Х. Ортега-и-Гассет, «...то, что раньше воспринималось как количество, теперь предстает перед нами как качество; оно становится общим социальным признаком человека без индивидуальности, ничем не отличающегося от других, безличного "общего типа"» (Ортега-и-Гассет, 1989).

Если раньше усиление роли масс трактовалось как количественное нарастание влияния организованных, объединенных социально-политическими требованиями сознательных представителей социально-классовых групп, то сегодняшняя ситуация далеко не соответствует такой трактовке. Эволюция капиталистического общества, особенно очевидная в 30-е, а затем 50-е гг. XX века, привела не к ужесточению, а напротив, к смягчению социальных водоразделов. В результате этого не мог не замедлиться рост социально-политического сознания масс. На первые места стали выходить иные признаки, по которым происходило формирование масс неклассического типа.

Принято считать, что К. Маркс открыл особый феномен «массовизации» всех сфер общественной жизни, возникающий в связи с развертыванием промышленной революции и появлением массового промышленного производства. Действительно, новый тип производственных отношений порождал особый тип субъекта общественной жизни. «Усреднение» условий труда и жизни, потребностей и возможностей их

осуществления превращало в достаточно однородную массу тех людей, которые становились участниками такого производства. Говоря о создании «новой производительной силы», Маркс подчеркивал, что она «по самой своей сущности есть массовая сила» (Маркс, Энгельс, 1951-1984).

Как справедливо отмечал Б. А. Грушин, этим было показано, что «сходной предпосылкой и одновременно основной базой массовизации, начинающейся со становлением промышленного капитализма, служит определенный уровень развития производительных сил, а именно промышленная революция, возникновение принципиально новых средств труда — машин; что крупное капиталистическое производство представляет собой типичный случай собственно массового производства, наконец, что, зарождаясь в сфере экономики, указанные процессы постепенно распространяются на все остальные сферы жизни общества — политику, культуру и т. д.» (Грушин, 1987).

Настроения современного «человека массы»

К сходным выводам приходили и другие авторы. Так, X. Ортега-и-Гассет писал: «Цивилизация XIX века автоматически создала тип человека массы» (Ортега-и-Гассет, 1989). Однако дальше развитие процессов массовизации трактовалось почти всеми лишь как прямое отражение сознанием общих жизненных проблем, из чего должны были вырастать общие интересы и устремления. Так бы и произошло, если бы процессы массовизации ограничились лишь производственной сферой. Однако как раз там, под влиянием научно-технической революции, они с течением времени стали ослабевать: возрастание роли творческого труда в современном производстве, появление гибких технологических линий, компьютеризация и т. д. — все эти факторы постепенно разрушали ту неизбежную усредненность рабочего, которую порождал первоначальный капитализм. Научно-техническая революция способствовала новому, неклассовому расслоению трудящихся, а затем и появлению значительных маргинальных слоев, лишенных стабильного места в общественном производстве и живущих на пособие по безработице. Заметной стала не просто дифференциация участников производства как результат разделения труда, но и индивидуализация эт.ого труда. Тот тип сознания, который должен был бы расти под влиянием производственного объединения людей, стал, напротив, уменьшать свое влияние.

И наоборот, те сферы жизни, которые трактовались как вторичные и «надстроечные», стали приобретать все большее влияние. Оттолкнувшись от машинной техники и технологии, массовизация стала захватывать сферы нематериального производства, общественной жизни, духовного потребления, досуга, быта, политики. Стали развиваться новые факторы, влияющие на сознание и психику масс, формирующие принципиально другие, не социально-классовые типы психологии людей, основанные на доминировании неосознанных представлений, а совсем иных моментов[1].

[1] Как уже отмечалось в первой части книги, об этом писали многие западные исследователи — см.: *Lipmcm W.* Public Opinion. N. Y., 1922; *Riesman D. et. al.* The Lonely Crowd. N. Y., 1955; Faces in the Crowd. N. Y., 1950; *Lerner M.* America as a Civilization. N. Y., 1962 и др. Особенно выделяются в этом ряду труды Л. Мамфорда: *MumfordL.* Technics and Civilization. N. Y., 1934; *Mumford L.* The Condition of Man. N. Y., 1944; *Mumford L.* The Myth of the Machine: Technics and Human Developement. N. Y 1967 и др.

В частности, важнейшими составными частями и одновременно катализаторами, усиливающими названные процессы, стали специфические формы массовой культуры, стандарты духовной жизни, связанные с возникновением и функционированием в обществе различных видов массовой информации. Многие исследователи указывали на роль телевидения[1]. Напомним в этой связи о пророческих прогнозах М. Маклюэна. Он предсказывал наступление такого времени, когда «мы сможем запрограммировать на двадцать часов больше телевизионных передач для Южной Африки на следующей неделе, чтобы снизить температуру настроений племен, которая поднялась из-за радиопередач на предыдущей неделе. Целые культуры могли бы программироваться так, чтобы их эмоциональный климат постоянно оставался стабильным» (McLuhan, 1964).

Вспомним и о работах Г. Маркузе (Marcuse, 1964). Из них однозначно следовало, что массовое потребление телевизионной, а не письменной информации (в первом случае глаз воспринимает хаотический набор светящихся на экране точек, тогда как во втором — упорядоченную линию знаков) приводит к формированию нового типа массового сознания. Возникает не осмысливающая воспринимаемое, а импульсивно реагирующая на него психика. Следствием этого являются процессы, происходящие на досознательном, во многом неосознанном уровне. Такая психика и порождает хаотичное поведение. Именно ею и обладают, по Маркузе, участники массовых беспорядков, «нерегулярного» политического поведения. Многочисленные наблюдения и исследования массовых всплесков радикализма, политического терроризма, иных видов «неупорядоченного поведения» значительных общностей людей свидетельствуют о том, что в современных условиях проявляется усиление прямого влияния названных факторов на поведение людей.

Общие выводы большинства исследователей процессов массовизации жизни современного общества включают в качестве наиболее значимых следующие изменения массовой психологии. Во-первых, массовое промышленное производство на основе достижений научно-технической революции породило особый динамизм жизни, выразившийся, среди прочего, в стремительном росте потребностей людей. Едва ли возможно во всей предыдущей истории обнаружить ситуации, когда потребности и притязания каждого нового поколения столь разительно отличались бы от предыдущего. Это проявляется как в материальной, так и в духовной, социальной и политической сферах. Массовые молодежные волнения, охватившие западный мир в конце 60-х годов XX века, показали: созрели новые потребности. После этого многочисленные молодежные движения протеста, принося все новые проявления «контркультуры», лишь подтверждали данный вывод.

Во-вторых, возросли не только потребности, но и возможности их удовлетворения. Динамизм жизни, углубление интеграционных процессов, реальная транспортная и информационная нивелировка расстояний породили не только новые требования, но и ощущение легкости их достижения. Современный мир не только располагает значительными богатствами, порождая все новые потребности. Одновременно жизнь как бы внушает людям определенную уверенность в том, что завтра мир будет

[1] См.: *Stramm B.* Men, Messages and Media: A Look at Human Communication. N. Y., 1973; *Bell D.* The Social Framework of the Information Society. Oxford, 1980 и др. На русском языке см.: *Моль А.* Социодинамика культуры. М., 1973; Новая технократическая волна на Западе. М., 1986 и др.

еще богаче, а удовлетворение потребностей — еще реальнее. «То, что раньше считалось бы особой милостью судьбы и вызывало умиленную благодарность, теперь рассматривается как законное благо, за которое не благодарят, которое требуют... Поэтому отметим две основные черты в психологической диаграмме человека массы: безудержный рост жизненных вожделений, а тем самым личности, и принципиальную неблагодарность ко всему, что позволило так хорошо жить» (Ортега-и-Гассет, 1989).

В-третьих, выросла массовая готовность к активным действиям. Подчеркнем провоцирующее влияние средств массовой коммуникации, рекламы, политической агитации, пропаганды и даже моды, ставящих целью прямую стимуляцию непосредственной поведенческой активности людей. Воздействуя на массу, эти средства не просто пробуждают те или иные потребности и демонстрируют способы их достижения. Они стремятся вызвать непосредственную массовую реакцию в виде конкретных действий и акций.

Наконец, в-четвертых, в качестве следствия названных изменений, возникает главное: определяющими в поведении масс все больше становятся не устоявшиеся, осознанные позиции, а быстро увлекающие настроенческие факторы, проистекающие из изменений условий производства и жизни, характера потребностей и возможностей их удовлетворения, а также общего нарастающего динамизма жизни.

Современные настроения в политике

Названные особенности все больше проявляются в реальной жизни. Семидесятые годы XX века показали западному миру социально-политические последствия вспышек массового недовольства в этнических общностях. Затем начались внешнеполитические осложнения, связанные с всплеском религиозных настроений на Востоке. Не будучи собственно политическими, и те и другие подчас драматично отражались во всей социально-политической жизни. Затем прямые политические последствия стали вызывать антивоенные настроения, прежде всего в Западной Европе. Конец 1980-х — начало 1990-х гг. ознаменовались массовыми всплесками уже именно политических настроений в Восточной Европе и бывшем СССР.

Данные проявления массовых настроений сопровождались значительными проблемами для стабильных политических систем. По сути, последние десятилетия можно обозначить как период длительного конфликта между стабильными социальными институтами и динамичными массовыми социальными процессами. Первые пытаются сохранить себя, удерживая систему от слишком сильных потрясений. Вторые, напротив, стремятся именно к этому.

Так происходит в разных системах, причем существенно, что даже конфликтующие институционализировавшиеся силы в рамках одной социально-политической системы объединяются общим стремлением — противостоять стихийному настроенческому воздействию масс. Весной 1989 г. в Польше одной из характерных деталей «круглого стола», за которым собрались представители правящей тогда ПОРП и оппозиционной «Солидарности», стало довольно истеричное заявление одного из лидеров последней А. Михника: «Улица нами управлять не будет!». Анализ одного из выступлений Л. Валенсы той поры перед молодежной аудиторией показал, что после вхождения в «коридоры власти» ему стало трудно управлять массой. Несмотря на красивую риторику («Я был тем, на кого вы молились в течение десяти лет, но сего-

дня я сам готов встать на колени, обращаясь к вам с призывом: подождите, дайте нам еще несколько недель...»), охваченная настроением протеста масса не желала слепо подчиняться своему же вчерашнему кумиру[1].

Похожая ситуация сложилась в Венгрии перед парламентскими выборами весной 1990 г.: «Голоса раздражения, неудовлетворенности положением дел громко разда ются "с улицы"... И хотя в эту весну в Венгрии не избежать кипения страстей, ни одна из партий не хочет, чтобы "улица" вышла из берегов»[2].

Боязнь все той же «улицы» с ее массовыми настроениями проявилась в действиях московского руководства зимой 1990 г., направленных на ослабление масштабов и влияния планировавшегося, в частности, 25 февраля массового митинга в поддержку демократических кандидатов на выборах в местные и российские органы власти. В ходе перестройки можно обнаружить много примеров такого рода. Наиболее впечатляющим было появление войск на улицах Москвы и оцепление ее центра 28 марта 1991 г., а затем и неудачная августовская попытка путча.

Нельзя сказать, чтобы это было характерно для каких-то определенных политических систем. Речь идет об общей тенденции. Просто в одних случаях институты власти сталкиваются с ней впервые, в других же случаях более опытные социально-политические системы обладают достаточным знанием подобных феноменов и, главное, способами быстрого реагирования на них. Последние извлекли должные уроки из «Восстания масс»: «1) массы выполняют сейчас те самые общественные функции, которые раньше были предоставлены исключительно избранным меньшинствам; 2) и в то же время массы перестали быть послушными этим самым меньшинствам: они не повинуются им, не следуют за ними, не уважают их, а наоборот, отстраняют и даже вытесняют их» (Ортега-и-Гассет, 1989).

Факты последнего времени однозначно свидетельствуют: уходят в прошлое те времена, когда правящие круги могли принимать важнейшие политические решения без учета и поддержки массовых настроений, «не слишком заботясь о возможных последствиях, поскольку в случае необходимости эти решения можно было пересмотреть и все начать заново без большого ущерба» (Kirk, 1953).

Уже война США во Вьетнаме и последовавший вскоре за ней уотергейтский скандал показали: узко корпоративное «делание политики» при игнорировании мнений и настроений масс влечет за собой весьма серьезные последствия и для отдельных политиков, и для политической системы общества в целом. Учитывая опыт своей страны, президент США Дж. Картер, пытаясь овладеть настроениями рядовых американцев в период своего правления, был вынужден ввести целый ряд специальных мер. К ним относились и провозглашение «открытого правления», и учреждение особых дней, когда каждый американец мог позвонить по телефону в Белый дом, и создание имиджа «президента из народа», «простого фермера» (с годовым доходом в 2,5 млн долларов), отмежевавшегося от традиционно отдаленного от масс истэблишмента, и т. п. В 1992 г. сходные приемы в ходе предвыборной борьбы умело использовал Дж. Клинтон; в 2000 г. «простоватый ковбой» из Техаса Дж. Буш именно на этом переиграл лощеного представителя истэблишмента А. Гора. По мнению самих амери-

[1] См.: *Ольшанский Д. В.* Польша: массовые настроения на этапе национального примирения. М., 1989. С. 20.

[2] Правда, 1990, 23 марта.

канцев, в последние годы декларация одного из первых президентов США Т. Джефферсона, гласившая, что народ является единственным цензором правительства, все больше стала наполняться реальным политическим смыслом.

Известный американский исследователь проблем общественного мнения и массовой психологии С. Судмен указывал, что в современном политическом процессе ни одно выборное лицо в западных странах (и в первую очередь американские президенты) не может не учитывать в своей деятельности настроений тех или иных групп населения. Более того, подчас президенты вынуждены реагировать на изменения настроений экстренным образом. Так, Р. Рейган предпринял чрезвычайную акцию такого рода весной 1982 г., когда его популярность резко упала, и советники доложили, что самые низкие оценки его деятельности наблюдаются среди католиков. Президент срочно вылетел в Чикаго — город с самой развитой в стране системой образования на католической основе — и объявил там на специально организованном уличном выступлении о своем намерении предоставить кредиты семьям католиков на нужды образования их детей[1].

Это способствовало изменению массовых настроений данных слоев населения в нужную президенту сторону. На то, что ныне во всех странах национальные лидеры при выработке своей политики должны учитывать мнения и настроения масс, указывал и Дж. Гибсон: «Несколько десятилетий назад основные решения по мировым проблемам принимались руководителями государств и дипломатами... Сегодня простой гражданин, крестьянин или житель сельвы хочет, чтобы к нему прислушивались» (Gibson, 1964).

Массовые настроения недовольства в свое время вынудили США уйти из Вьетнама. Массовые настроения заставили аргентинских военных добровольно передать власть демократическому правительству. Массовые настроения все чаще заставляют институты власти идти на уступки. Однако они же заставляют эти институты интенсивно работать в направлении поисков путей и методов воздействия на настроения людей. Это касается как более опытных, так и сравнительно молодых социально-политических систем. И если правящие круги западных стран больше преуспели в этом, то новые силы, появляясь на политической арене, стараются наверстать упущенное.

Эти проблемы имеют особое значение для развивающихся стран. Как известно, многообразие существующих там массовых настроений и стремящихся опереться на них социально-политических сил выливается в противоречия и борьбу различных групп, носящую подчас непримиримый характер. Эта борьба находит свое непосредственное выражение во внутриполитической жизни, приводя к частым сменам правящих режимов, попыткам различного рода переворотов, заговорам и т. п. Все это имеет, среди прочего, и социально-психологические корни. Касаясь подчас внешне неожиданных перемен в массовых настроениях в этих странах, следует согласиться с тем, что «фундаментальной основой возросшей... нестабильности является глубокое недовольство населения — даже если оно не проявляется в активной форме — своим нередко ухудшающимся материальным положением... И это происходит тогда, когда в значительной мере уже исчезло националистическое опьянение, порожденное завоеванной независимостью, когда во многом исчерпан запас веры в обещания сменяв-

[1] См.: *Sudman S.* The Presidents and Pools. Opinion Quarterly. 1982. Vol. 46. № 3. P. 301-311.

ших друг друга в течение довольно длительного периода руководителей» (Брутенц, 1984).

Массовые настроения и крах социализма

Современная ситуация показала, что во многом сходные моменты могут возникать не только в «третьем мире». Обратим внимание на особую частоту появления слова «настроения» в ходе горбачевской перестройки, перед распадом СССР. Так, отвечая на вопросы французской газеты «Юманите», М. С. Горбачев заявлял, что «выработка политики... начинается с изучения объективной обстановки, тех или иных потребностей общества, настроения масс... На основе этого, после должного обсуждения, формируются политические решения»[1]. Если бы это было так... Нет, спичрайтеры писали действительно неглупые слова, вот только реализовать их тогдашнее руководство СССР было уже неспособно. Осуществляя курс на перестройку, горбачевское руководство отдавало отчет в том, что «без перелома в общественном сознании, без изменения в психологии и мышлении, в настроениях людей успеха не добиться...» («Материалы Пленума...», 1987). Однако дальше слов дело не шло.

Фактор массовых настроений активно проявляется не только во внутренней политике, но и на международной арене. Объективный фундамент многих позитивных перемен в мире, по мнению того же Горбачева, как раз и состоял в том, что «в последние годы в широких кругах мировой общественности произошел крутой перелом в настроениях...»[2]. Однако каким был этот перелом и к чему он приведет, тогда еще мало кто мог понять.

Особенностью внутриполитических настроений в СССР долгие годы была их декламируемая монолитность, единство «на основе целей и интересов развития социализма». Конечно, ни в одной стране западного мира не было ничего подобного тому настроению массового энтузиазма, которое сопровождало годы первых пятилеток или послевоенного строительства. Сказанное, однако, отнюдь не означает, что советское общество характеризовалось сколько-нибудь полной однородностью настроений. Присущие социализму внутренние противоречия, несмотря на все попытки закамуфлировать их, неизбежно предполагали и порождали разнообразие стремлений и желаний людей. Достижение этих желаний, борьба за свои устремления — двигатель человеческой активности, а в сумме, при их свободном выражении, — залог развития общества. Ход перестройки, а затем и постперестроечных реформ, высвобождая данные силы, вскрыл и реальный плюрализм настроений в бывшем советском обществе.

Завершая главу, отметим, что современный мир демонстрирует дальнейшее усиление роли массовых настроений в самых разных аспектах и сферах жизни. Однако это не совсем та роль, которая постулировалась еще недавно в отечественном обществознании. Двадцатый век принес определенные качественные изменения в психологии и поведении масс как субъекта социально-политических действий. Возрастание их роли ныне в значительной степени связано с все более непосредственными проявлениями в поведении таких факторов, как массовые настроения.

[1] Правда, 1986, 8 февраля.

[2] Правда, 1987, 12 декабря.

Рассмотрение современных условий в контексте постепенного усиления влияния массовых настроений в ходе исторического развития позволяет сделать еще одно существенное заключение. Из обзора феноменологии вытекает, что в самом широком смысле политику можно рассматривать двояко: как нечто статичное и как нечто динамичное. Стоя на первой точке зрения, ее анализ должен основываться на исследовании прежде всего политических институтов; если же встать на другую точку зрения — на изучении в первую очередь политических процессов. Этому созвучна мысль Б. Ф. Поршнева о том, что все субъективные, в частности, социально-психологические явления, в том числе ключевые для понимания политики как специфического вида человеческой деятельности, тяготеют к одной из двух характерных форм: «психическому складу» и «психическому сдвигу (иначе — настроению)» (Поршнев, 1979).

Первые выражаются в статичных, институционализированных формах, вторые — в динамичных, процессуальных. Исходя из исторической феноменологии, массовые настроения абсолютно естественно являются одним из важнейших факторов, придающих динамичность социально-политической жизни, субъективной основой многих общественно-политических процессов. По Я. Щепаньскому, социальные процессы, в общем виде — «это единые серии изменений в социальных системах, т. е. в отношениях, институтах, группах и других видах социальных систем», серии «явлений взаимодействия людей друг с другом» или «явлений, происходящих в организации и структуре групп, изменяющих отношения между людьми или отношения между составными элементами общности» (Щепаньский, 1969).

В соответствии с этим под массовыми политическими процессами естественно подразумевать относительно однородные серии явлений, связанных причинными, а также структурно-функциональными зависимостями таким образом, что в качестве главной зависимости — той «оси», на которую «нанизываются» сопряженные друг с другом явления, — выступают массовые настроения. Это согласуется с тем, что последние, в скрытой или явной форме, признаются большинством исследователей в качестве одной из детерминант таких процессов.

Основные выводы

1. Историко-психологический анализ отчетливо показывает, как и когда в социально-политических процессах становится заметным феномен массовых настроений. Реально такие настроения начинают активно влиять на динамичные социально-политические процессы в период позднего Средневековья. Рост европейских средневековых городов породил специфические массово-психологические явления в общественной жизни. Осознание их роли оказалось связанным со значительными историческими потрясениями. В дальнейшем нарастание темпов исторического развития, усиление его динамизма, а также концентрация населения и процессы урбанизации повлекли за собой все более отчетливое усиление роли массовых настроений в социально-политической жизни. Массовые настроения стали фактором истории.

2. История достаточно однозначно показывает, что роль массовых настроений в основном бывает деструктивной, разрушительной по отношению к устоявшимся социально-политическим системам. Осуществляя социально-психологическую функцию «сдвига», массовые настроения как динамичные процессы разрушают или реформируют стабильные, но как бы «устаревающие» структуры. Массовые настроения — важнейший социально-психологический фактор общественно-политической динамики. Будучи основой массовых политических действий, такие настроения с наибольшей силой проявляются в периоды политических потрясений, когда ослабевает влияние стабилизирующих систему политических институтов. За счет этого они обеспечивали динамику развития и совершенствование этих или новых, приходящих на смену разрушаемым, социально-политических систем в целом. В таких процессах обычно отражалась борьба масс против правящих элит. Если усилия элит обычно были направлены на стабилизацию системы, то массовые настроения, напротив, выступали фактором дестабилизации и инновации по отношению к системе. Хотя подчас бывало и наоборот: консервативные массы, выполняя охранительную функцию, могли бунтовать против поспешных инновационных устремлений элиты. В целом, такого рода процессы всегда осуществляются в своеобразной диалектике единства и борьбы противоположностей: подчас элиты сами подстегивают массы, а последние, напротив, часто сдерживают элиты. Соответственно, массовые настроения могут быть как инновационными, так и охранительными.
3. Условия современной общественной жизни внесли ряд качественных изменений в психологию масс как субъекта социально-политических процессов, что отражается в дальнейшем усилении роли массовых настроений. При общем росте массовой информированности идет процесс нарастания импульсивности массового поведения. Определяющими моментами все больше становятся не устоявшиеся, осознанные позиции, а быстро увлекающие людей настроения. Это вытекает из изменений условий производства и образа жизни, характера потребностей и возможностей их удовлетворения, а также общего роста темпов жизни в период научно-технической и, особенно, информационной революции.
4. В методологическом плане наблюдаемое нарастание роли и влияния массовых настроений объясняется двумя основными причинами. С одной стороны, это действие известного общего закона возрастания роли масс в истории по мере увеличения масштабов исторического действия. Рост образования, появление новых типов работников, развитие массовых коммуникаций, как и целый ряд других, производных от названных факторов, неизбежно способствуют этому. С другой стороны, те же факты объясняются усилением влияния субъективных, эмоционально-настроенческих побуждений, которыми руководствуются массы в отличие от значительно более рациональных элит. В последнее время можно говорить о возрастании разрыва между настроенческими факторами, движущими массами, и рациональными соображениями, которыми руководствуется правящая элита. Соответственно, для элит постоянно усложняется задача управления массами и создания возможностей для канализации их настроений.

Глава 2.2

Психология **массовых настроений**

Общепсихологические подходы. Ш Социальная природа настроений. Ш Массовые политические настроения.

В отличие от других общественных наук, где массовые настроения пока еще лишь вводятся как самостоятельное понятие, в психологии накоплен достаточно большой массив данных и исследовательских подходов. Есть определенная предыстория рассмотрения «настроений» без учета их массового звучания; есть традиции общепсихологических трактовок индивидуальных настроений; наконец, есть и социально-психологические направления изучения преимущественно «общественных» настроений. Анализ всего этого наследия необходим для понимания массовых настроений.

Настроения представляют собой именно то явление, которое здравый смысл традиционно относил к сфере изучения психологической науки, — это и есть те сокровенные внутренние переживания, которые являют собой психологию того или иного человека или группы людей. С точки зрения обыденного сознании, психология имеет дело прежде всего с настроениями — с чем-то трудно уловимым, подчас таинственным и интригующе интересным. Однако, с другой стороны, «таинственность» и трудноуловимость настроений[1], невозможность их изучения в лабораторных условиях, их субъективность и невоспроизводимость привели к тому, что в современной психологической науке отсутствует общепринятая теория настроений.

В англоязычной литературе, например, о настроениях вообще предпочитают судить по ряду связанных с ними, но более операциональных понятий. В отечественной науке есть еще одна существенная причина: длительное доминирование тоталитарной социально-политической системы в стране, по сути, ликвидировало «социальный заказ» на разработку данной проблематики. Тоталитаризм и застой не нуждались в анализе и учете настроений. Интерес к ним упал к концу 20-х годов XX века, на короткое время возродился в 60-е гг. и лишь ныне поднимается на определенный уровень, что связано с очевидным «заказом» общества на разработку данной проблематики. Отдельные наблюдения, догадки, находки исследователей представ-

[1] Упор на таинственность приводил, в частности, к тому, что массовые настроения рассматривались как особые случаи патологии, одновременного помешательства значительного количества людей. См.: *Вичура А., Жукелье И.* Психическая зараза. М., 1912; *Португалов В. П.* Повальные чудачества. В кн.: Реньяр П. Умственные эпидемии. СПб, 1889; *Йентш Э. О* своенравных настроениях.СПб, 1904, и др.

ляют во многом разрозненную мозаику, фрагменты которой с трудом складываются в законченную картину.

Общепсихологические подходы

Общей чертой психологических работ, посвященных проблеме настроений, является прежде всего акцентирование важности данного понятия и обозначаемого им психологического явления. Многие исследователи в свое время отмечали актуальность анализа настроений для решения значительного круга как сугубо психологических, так и социально-практических вопросов. Так, совершенно очевидно, что с психологической точки зрения «понимание общественной связи во всей ее полноте немыслимо без изучения законов, по которым совершаются колебания общественных и массовых настроений, смены и столкновения общественных чувств» (Войтоловский, 1924). Справедливо, видимо, и то, что «будем ли мы иметь перед собой случайно собравшуюся толпу на улице... или митинг, везде и всюду мы будем встречаться с проявлением общественных настроений» (Бехтерев, 1911).

Однако большинство исследователей этой проблемы, если взять их в исторической ретроспективе, не очень далеко (во всяком случае, методологически) ушло от той традиции описательности, которая была введена в прошлом веке В. Вундтом в качестве метода изучения подобных психологических явлений. Будучи одним из основателей так называемой «школы психологии народов»[1], Вундт призывал психологов ограничить себя простыми описаниями тех или иных психических проявлений, свойственных большим массам людей, прежде всего народам. К числу таких психологических явлений Вундт и его последователи относили и настроения. Однако продуктивность этих описаний вызывала справедливые сомнения: слишком далеким и непреодолимым оказалось расстояние от простого описания до понимания реальных причин и механизмов развития тех или иных настроений. Постулаты Вундта о наличии у каждой нации и народа своей «души», связанной с «мировым духом» и определяющей настроения данной группы людей, не отвечали критериям научности, поскольку, не объясняя природы настроений, делали ненужным сам поиск таких объяснений.

При подобном подходе в психологическом изучении настроений доминировали описательные методы, единичные же попытки как-то объективировать данное явление или хотя бы представить его более операционально, в объективно-научных понятиях, сводились, как правило, к психофизиологическим трактовкам, когда настроения человека связывались с особенностями его физиологии. •

Психофизиологические трактовки

В свое время предлагалось такое, например, понимание «настроения»: это «среднее состояние... однородных чувственных тонов ощущений и представлений, существующих в пределах известной единицы времени» (Циген, 1909). Анализ, проводимый с

См.: *Wund W.* Volkerpsychologie. Berlin, 1900-1920. Bd. 1-X.

физиологических позиций, приводил к выводу о том, что «...наше настроение не составляет какого-то независимого, самостоятельного психического процесса, но является абстракцией от однородных чувственных тонов представлений и ощущений, существующих в определенный промежуток времени» (Циген, 1909). В русле данной традиции было вполне достаточно, например, выделять «спокойное», «приятное» и «неприятное» настроения (Осипова, 1914).

Плодотворность исследований, пытавшихся решить психологическую проблему настроений в рамках «научно-психофизиологического направления», также была не слишком велика: сложность (подчас искусственная) и наукообразность определений, подобных приведенным выше, уводили исследователей в сторону изучения физиологических «микрофакторов», затемняя и без того сложную психологическую суть человеческих настроений.

Еще более физикалистские варианты этой линии исследований совсем упрощали дело: «Под настроением мы разумеем совокупность чувств, присутствующих в каждый момент в нашем сознании. С психофизиологической точки зрения это будет душевное самочувствие, зависящее от питательных перемен в корковом веществе головного мозга и выражающееся или в замедленном, или в ускоренном ходе представлений. Вот почему прямо можно сказать, что настроение есть выражение коркового самочувствия» (Викторов, 1887).

Упомянем в данном контексте и А. Л. Чижевского, который писал в начале века о «психических эпидемиях» и о настроениях как об «особом нервно-психическом возбуждении», определяющем «характер массовых движений». Как известно, он связывал целый ряд исторических событий, отмеченных бурными проявлениями массовой психологии, включая настроения, с динамикой солнечных пятен и периодами повышенной солнечной активности[1]. По его мнению, «жизнь людей в массах в периоды солнечной активности — вот что должно волновать политика» (Чижевский, 1924).

Ныне обе обозначенные выше точки зрения еще продолжают встречаться. С одной стороны, научные разговоры на эту тему ведутся на уровне простых описаний и абстрактных общетеоретических рассуждений о «настроениях» того или иного общества, народа, класса, слоя, общности. С другой же стороны, эти разговоры продолжают, по существу, сводиться к психофизиологии, к восприятию и к физиологическим основам этого процесса. Это прежде всего указывает на недостаточную концептуальную разработанность проблемы настроений в психологической науке.

Пытаясь создать хоть какой-то концептуальный каркас, некоторые исследователи объединяли существовавшие взгляды на природу настроений, считая их многообразие отражением изучения разных сторон и аспектов проблемы (например, физиологического, психофизиологического, социально-психологического ее ракурсов). Однако ныне становится все более очевидным, что простое соединение разных взглядов в виде системы уровней понимания (и, разумеется, существования) настроений (первый — связанный с психофизиологической детерминацией, второй — с социально-психологической и третий — с собственно социальной), при всей своей кажущейся естественности и привлекательности, уже не вполне удовлетворяет. Подобный методологический ход допустим в тех случаях, когда мы имеем дело с явлениями, для понимания которых пока недостаточно наличных знаний. Однако проходит время, и

[1] См.: *Чижевский А. Л.* Солнечные пятна и... психозы. Природа и человек. 1989. №5. С. 62-65.

с увеличением знаний об объекте данный методологический прием должен отойти на задний план при условии выработки более целостного понимания.

Подобная эволюция произошла с проблемой настроений. Накопленных знаний уже достаточно для того, чтобы отказаться от простого декларирования наличия разных уровней и подходов и попытаться (разумеется, не игнорируя данные физиологов и представителей других отраслей знания) сосредоточиться на собственно психологических факторах настроений. Представляется логичным вначале рассмотреть понятие «настроение» в общепсихологическом контексте, затем уточнить смысл понятия «общественные настроения» и разобрать социально-психологическую концепцию настроений.

Индивидуальное и социальное в природе настроений

Социально-психологический анализ настроений невозможен без учета общепсихологических закономерностей их появления и развития. Отрыв социально-психологического анализа от анализа общепсихологического методологически чреват опасностью утраты конкретного субъекта, «носителя» настроений — живого человека. Настроения группы или другой социальной общности существуют лишь в преломлении через настроения людей, образующих эти общности. Отрицание данного положения привело бы к признанию существования надчеловеческих, абстрактно-социальных настроений, или, говоря словами Г. Гегеля, некоего «абсолютного духа». В неявном виде эта посылка предполагалась в исследованиях школы «психологии народов». Согласно материалистическому пониманию природы человеческой психики и теории отражения, настроения людей, проявляющиеся в том числе и в социально-политической жизни, определяются механизмами отражения социально-политических явлений, а эти механизмы полнее всего раскрываются при общепсихологическом анализе природы принципиально любых, но прежде всего индивидуальных настроений.

Известные трактовки настроений в общей психологии неоднозначны и различаются в весьма широких пределах — вплоть до полной несовместимости основных постулатов. Так, иногда настроение в общей психологии трактуется как «умонастроение» — полностью или по большей части осознанное состояние человеческой психики; «состояние интеллектуальной деятельности человека»; «особый вид настроений», устойчивый, отражающий «определенную направленность чувств»; «единство эмоционального и рационального в человеке»; «чувства вокруг идей» (Парыгин, 1966). С другой стороны, те же настроения подчас связываются с поведением «толпы, движимой бессознательными настроениями. Они проявляются в панике, мятеже, увлечениях, моде и сумасшествиях» (Foote, Hart, 1963.).

Взаимоисключаемость приведенных трактовок очевидна: если в первой (внутренне также неоднородной) настроения являются по преимуществу «фактом сознания», то во второй они полностью бессознательны, иррациональны. Таких примеров можно было бы привести немало, однако дело не в их количестве. При всем внешнем многообразии взглядов на природу настроений все они укладываются в конечное число измерений — тех факторов, которые, видимо, и являются наиболее существенными для понимания психологической сущности настроений. Так, в частности, понятно, что приведенные выше примеры — полюса одного и того же измерения «осознанное—неосознанное» в рассмотрении природы настроений. Действительно, настроения быва-

ют различными по степени осознанности, и это — фундаментальное измерение, характеризующее их психологическую сущность. Таких измерений немало. Необходимость их вычленения связана с тем, что всякое конкретное настроение — точка в многомерном пространстве, которая задается целым рядом характеристик: как степенью осознанности, так и другими параметрами.

Среди них следует выделить такие используемые в общей психологии измерения, как «эмоциональное—рациональное», и отчасти связанное с ним измерение «внутреннее—внешнее» (состояния) или «личностное—предметное». Так, с одной стороны, настроение — это «целостная форма жизнеощущений человека», общий строй («тон»), состояние его переживаний, «расположение духа». Именно в нем «находит свое глубочайшее выражение и осуществление личностное жизнеотношение... Выступая как бы общим смысловым контекстом всей душевной жизни и деятельности человека, настроение интимно проникает и определяет все отдельные частные переживания и поступки личности» («Философский энциклопедический словарь», 1983). Приведенное высказывание хорошо выражает квинтэссенцию эмоционально-внутреннего, индивидуально-личностного понимания настроения.

С другой стороны, еще В. Даль отказывал понятию «настроение» в праве на самостоятельное существование. Приводя в своем словаре это слово, он отсылал читателя к другим: «настроение, настрой, настроить и пр. см. настраивать». Последнее же слово трактовалось как сугубо внешний процесс, как приходящее извне состояние психики человека.

Еще одно четко вычленяемое измерение в общепсихологическом анализе настроений — «импульсивное — устойчивое» (иногда с ним связывается характеристика «долговременное — кратковременное», но это особое измерение). С одной стороны, принято считать, что «... настроение является сложным, многогранным и исключительно импульсивным эмоциональным состоянием личности. Групповое, коллективное и массовое настроение, сохраняя эти черты настроения личности, обладает и некоторыми дополнительными характеристиками — заразительностью, еще большей импульсной силой, массовидностью и динамичностью» (Парыгин, 1965).

Другие исследователи, однако, приводят немало примеров значительно более длительных и не слишком «импульсивных» настроений[1]. Отметим, правда, что они делают упор прежде всего на сугубо «общественные» настроения, лежащие в основе существования устойчивых социальных общностей. Ясно, что последние не могут быть столь же импульсивны, как внутренние состояния личности. Далее мы остановимся на них подробнее, сейчас же лишь отметим это достаточно важное измерение в анализе настроений.

Таким образом, проблема настроений рассматривается в общей психологии по следующим основным характеристикам, отражающим особенности данного психического состояния: *я* осознанное — неосознанное; и рациональное — эмоциональное; и внешнее — внутреннее; *я* предметное — личностное;

[1] См.: *Поршнев Б. Ф.* Социальная психология и история. М., 1966. С. 117-120.

- долговременное — кратковременное;
- устойчивое — импульсивное;
- организованное — неорганизованное.

Приведенные полярные характеристики, в принципе, сводятся к одной паре характеристик, включающих все названные в качестве уже более конкретных. Эта характеристика «социальное — индивидуальное». Первое — социальное — всегда значительно более осознанно и более рационально, обычно извне организовано, связано с теми или иными конкретными предметами, по поводу которых существует данное настроение. Естественно, что оно более долговременно и устойчиво. Второе — индивидуальное — всегда значительно более эмоционально, менее осознанно, более кратковременно, неорганизованно, импульсивно. Оно отражает прежде всего внутреннее состояние психики и как бы проецируется на внешний мир и действия человека, проявляясь в оценке человеком ситуаций, в его поведении, отношении и даже в мировоззрении. В отличие от сугубо индивидуального настроения, социальное представляет собой тот фактор, который как бы упорядочивает индивидуальное и внутреннее, подчиняя его реальности внешнего предметного мира.

Акценты либо на индивидуальном, либо на социальном в трактовке настроений можно выявить во многих существующих концепциях. Существенно, что в большинстве этих концепций как бы абсолютизируется одна группа качеств и обычно недооценивается другая. Анализ литературы позволяет заключить, что именно подобные абсолютистские уклоны и создали ту путаницу, которая существует в психологической литературе, посвященной проблеме настроений. Подобная ситуация основана на резком противопоставлении социальных и индивидуальных настроений. Однако правомерно ли столь резкое противопоставление? Все индивидуальные проявления психики, как известно, социальны по происхождению или опосредованы социальной деятельностью человека. Поэтому естественно допустить наличие неких общих механизмов, лежащих в основе и тех и других настроений, а значит, и более тесную взаимосвязь между ними.

Необходимо попытаться найти понятие, раскрывающее эту взаимосвязь. Искать такое понятие следует в социальной психологии, и мы займемся этим в следующем разделе данной главы. Пока же констатируем, что понятие «настроение» в психологии обладает на удивление различительным статусом и как бы делит всю психику и изучающую ее психологию на две части. Более того, оно выявляет отсутствие четкой концептуальной связи между ними.

С одной стороны, так сказать, индивидуально-общепсихологическая часть, представленная анализом внутренних переживаний, и прежде всего эмоциональных, не всегда осознанных состояний. С другой — часть социально-психологическая, представленная анализом противоположных явлений — осознанных, рациональных, более «объективных» в отличие от «субъективных» состояний. В наиболее ярком виде это противопоставление прослеживается при сравнении таких направлений в психологической науке, как психология эмоций и когнитивная психологии. Не занимаясь специально проблемой настроений, эти направления демонстрируют, однако, два принципиально разных способа трактовки этого явления.

Сказанное предопределяет еще одну особенность понятия «настроение». Разделяя явления психики и изучающие их разделы психологической науки, само «настро-

ение» как бы повисает в воздухе, не фигурируя, в силу своей промежуточности, ни в одном из этих разделов. Сторонники эмоциональной трактовки психики не считают настроение «вполне эмоциональным»[1], или же определяют его просто как особую эмоцию — как «более продолжительные, устойчивые эмоции — настроения» (Рейковский, 1979). Отметим, что подобная точка зрения никак не нова — еще в начале века настроение понималось как «длительное переживание некоторых не особенно сильных эмоций» (Петражицкий, 1908), однако продуктивность таких взглядов давно была признана сомнительной.

Причины игнорирования «настроений» исследователями сознания аналогичны и также понятны, — промежуточное положение точно так же лишает это явление статуса «рационального»[2], либо же оно сводится к умонастроениям как сугубо рациональным состояниям сознания. Только при системно-диалектическом способе рассмотрения подобное обособление социального и индивидуального отвергается и как бы «снимается». Однако общая установка не всегда находит отражение в конкретных подходах. По сути, только лишь в концепции социальной предметной деятельности Л. С. Выготского—А. Н. Леонтьева—А. Р. Лурии был найден способ диалектического рассмотрения этих явлений.

Настроения в теории деятельности

Вспомним введенное А. Н. Леонтьевым разведение понятий «смысл» и «значение». Согласно этой концепции, все возможные психические состояния, по сути дела, являются субъективными «смыслами» тех или иных объективных предметных «значений». Простейшие эмоции выступают своего рода «биологическими смысловыми метками», отражающими жизненный смысл чего-то происходящего с биологическим существом. В более сложном выражении, появляются дифференцированные чувства и переживания, отражающие то же самое — субъективный смысл объективных событий. К подобным состояниям психики относятся аффекты, эмоции и, наконец, «настроения — очень важные по своей личностной функции объективные явления». Подчеркнем: настроения оказываются не просто субъективными переживаниями, но объективными явлениями, выполняющими важные личностные функции. Леонтьев (1974) настаивал на том, что такого рода явления могут быть поняты только в связи с мотивационной сферой личности, как опосредующие ее формирование и функционирование.

Настроения занимают переходное положение от эмоциональных явлений к рациональным. Мотивы деятельности человека задаются средой. По Леонтьеву, это — предметы человеческих потребностей. Переживаясь субъектом, они приводят к появлению смыслов — субъективных побудителей объективной деятельности, вызываемой объективными же условиями. И одним из проявлений этих смыслов выступают настроения субъекта. Из сказанного ясно, что именно данная концепция позволяет преодолеть различия между объективизмом и субъективизмом в понимании настроений, дать им действительно комплексную, объективно-субъективную, эмоционально-рациональную трактовку.

[1] Так, один из серьезных исследователей эмоций К. Изард вообще обходится без этого понятия, оно отсутствует даже в предметном указателе его фундаментальной книги. См.: *Изард К.* Эмоции человека. М., 1980.

[2] См.: *Найссер У.* Познание и реальность. М., 1981. С. 199-205.

Анализ содержания, которое вкладывается в понятие «настроения» в общей психологии, вскрывает две группы характеристик, с помощью которых описываются те или иные настроения. Как мы увидели, они оказались настолько разнонаправленными, что лучше всего представляются в виде полюсов определенных измерений. Такое представление позволило перейти от противопоставления социальных и индивидуальных настроений к поиску общих механизмов, лежащих в их основе. Концепция социальной предметной деятельности Л. С. Выготского — А. Н. Леонтьева — А. Р. Лурии и идеи «смыслового строения сознания» выявили особую функцию индивидуальных настроений и характер действия их механизмов в случае социальных настроений. В рамках названной концепции настроения способствуют осознанию различных отношений, которые возникают у человека к многообразным жизненным событиям. Они действительно находятся «на стыке» эмоционального и рационального.

А. Н. Леонтьев так описывал обыденную психологию повседневных индивидуальных настроений: «День, наполненный множеством действий, казалось бы, вполне успешных, тем не менее может испортить человеку настроение, оставить у него некий неприятный эмоциональный осадок. На фоне забот дня этот осадок едва замечается. Но вот наступает минута, когда человек как бы оглядывается и мысленно перебирает впечатления прожитого дня. И вот в ту минуту, когда в памяти всплывает определенное событие, его *настроение* (курсив мой. — *Д. О.)* приобретает предметную отнесенность: возникает аффективный сигнал, указывающий, что именно данное событие и оставило у него эмоциональный осадок» (Леонтьев , 1974).

Именно так настроение становится интегратором субъективного и объективного в психике: объективное событие вызывает особое субъективное состояние, называемое настроением. Оно поддается осознанию, хотя это и требует специальной работы — решения «задачи на личностный смысл». Осознаваясь же, оно объективируется и возвращается в объективный мир в виде реальной социальной деятельности людей, охваченных тем или иным настроением[1].

Итак, концептуально настроение может быть обозначено как определенное психическое состояние, интегрирующее влияние объективных событий на субъективное их переживание. От всех других психических состояний его отличает именно интеграция. Это не просто субъективное переживание и не просто знание объективных событий. Это один из высших уровней субъективного осмысливания (как процесса наделения субъективными смыслами) чего-то объективного. Говоря несколько метафорически, настроение — это «предсознание», ближайший резерв сознания. Это один из мощнейших регуляторов субъективной психической жизни. Сегодня он регулирует ее, как бы подспудно влияя на деятельность человека. Завтра же, будучи осознанным, оно превратится в «умонастроение» и уже непосредственно станет определять характер деятельности.

Если попытаться выстроить некую условную шкалу психических явлений по степени их осознанности, то можно получить следующую цепочку: ощущение — восприятие — аффекты — эмоции — чувства[2] — настроения — сознание. Исходя из концепции социальной предметной деятельности, можно принять следующие различия уже

[1] Данные проблемы еще четче выражены в польском варианте цитированной статьи А. Н. Леонтьева. См.: *Leontjew A. N.* Dziatalnosc a osobowsc. // Studia z psychologi emocji, motiwasji i osobowosci. Ossolineim, 1977.8.32-33,37.

- В данном случае мы не имеем в виду сложные «социальные» или «интеллектуальные» чувства и «эмоции» — при данном делении они попадают в явления сознания.

внутри эмоциональных состояний (аффекты — эмоции — чувства — настроения): «1. Наши желания... — простые и сложные — как оценки степени соответствия какого-либо объекта нашими потребностям. Назначение этих «оценок» — презентация в психике мотива деятельности. 2. Эмоции, субъективно выявляющие себя в форме радости, огорчения, досады и т. д., как оценки изменения действительности в благоприятную или неблагоприятную сторону, оценки успеха деятельности по реализации мотива. 3. Чувства удовольствия и неудовольствия как оценки качества удовлетворения каких-либо потребностей. 4. Наши настроения... как оценки общего соответствия действительности нашим потребностям и интересам» (Додонов, 1978).

Близкое понимание высказывается и другими авторами: настроения «характеризуют психику преимущественно в целом, выражая в особенности эмоционально окрашенное состояние воли... они более диффузны, менее четко определены», чем высшие «социальные чувства». Последние уже относятся к осознаваемым явлениям и «возникают на основе соответствующих им настроений» (Горячева, Макаров, 1979).

Таким образом, помимо пограничной природы настроений, в нашу попытку концептуализации общепсихологических данных добавляются такие их характеристики, как социальная обусловленность (вытекающая из социальной природы потребностей, мотивов и самой деятельности человека) и длительность, определенная устойчивостью их субъективного существования в психике. Даже не будучи осознано, настроение может долго «мучить» человека, влияя на его поведение. Последнее, помимо прочего, также связано с социально-деятельностной природой настроения: ведь деятельность — это не какой-то набор поведенческих актов, каждый из которых способен вызвать определенные настроения. Деятельность — достаточно длительный процесс, в философском понимании — перманентное выражение сущности человека на протяжении всей его жизни. Процесс этот и порождает настроения как сравнительно устойчивые оценки соответствия того, что есть, тому, чего мы хотим. По оценке Б. Ф. Поршнева, настроения возникают тогда, когда «потребности и интересы людей вступают в конфликт с возможностями их удовлетворения» (Поршнев, 1966).

Данный момент является одним из существенных — ведь для того, чтобы понять природу настроений, недостаточно знать их отнесенность к рациональной или эмоциональной сфере психики. Следует понимать причины их возникновения. Поршнев полагал, что настроения порождаются теми или иными противоречиями в жизни людей и выражают особую форму реакций людей на эти противоречия — «это эмоциональное отношение к тем, кто стоит на пути, кто мешает или, напротив, кто помогает воплощению желаемого в жизнь» (Поршнев, 1966). Говоря языком концепции социальной предметной деятельности, настроение является результатом совпадения или несовпадения мотивов и результатов деятельности, направленной на их достижение. Это — субъективный индикатор соотнесения того, что «хочется», с тем, что «достигается».

Социальная природа настроений

В основе настроений всегда лежат потребности людей, их интересы, мотивы их деятельности. Именно такое понимание наиболее созвучно социально ориентированной

методологии — в частности, в социально-политической практике. Вспомним, что еще в 1917 г. В. И. Ленин подчеркивал, говоря о влиянии партии на массы: «Именно мы и только мы «учитываем» и перемену настроения в массах, и нечто еще гораздо более важное и глубокое, чем настроение и его перемена: основные интересы масс...» (Ленин, 1967-1984).

Таким образом, настроение — это психологическая производная двух фактов: субъективного (потребностей и интересов людей) и объективного (реальных условий жизни, соответствующих или не соответствующих этим потребностям и интересам). Именно в настроениях проявляется диалектика объективного и субъективного факторов, именно в них интегрируются осознаваемые («объективные») и эмоциональные («субъективные») факторы.

Сторонники «индивидуалистической» тенденции в рассмотрении настроений пытались абстрагироваться от объективных факторов в поисках внутренних причин и механизмов развития настроений. Сторонники «социологической» тенденции, напротив, искали и продолжают искать их в объекте, абстрагируясь от психики человека. Естественно, что общая психология отдавала предпочтение первой тенденции, предоставляя возможность второй развиваться в рамках социологической науки. Однако именно в общей психологии, как мы убедились, были разработаны концептуальные основания для понимания интегративно-диалектической природы настроений и определяющих их объективно-субъективных механизмов.

В рамках психологической науки были представлены и радикально иные тенденции в трактовке настроений. Согласно взглядам В. М. Бехтерева, например, чья позиция послужила предтечей «индивидуалистической» тенденции, все социальные общности людей (в частности, коллектив) представляют собой «собирательную личность», а потому закономерности индивидуальной психологии распространяются и на группы людей. «Сочетание социологического и психологического подходов у В. М. Бехтерева проявлялось и в том, что он не отрывал психологию коллектива от психологии личности, пытаясь увидеть связь между ними» (Уледов, 1981).

При «социологической» тенденции вульгарно-марксистского толка отвергались даже слова «психика» и «психология», поскольку их употребление открывало, дескать, путь идеалистическому «учению» о «подсознательной» и даже «бессознательной» психике (Франкфурт, 1928), что рассматривалось как попытки «психологизировать социологию, т. е. протащить идеализм в область изучения общественных явлений» (Рубинштейн, 1956).

Лишь развитие системного мышления в науке позволило снять крайности предыдущих трактовок и определить настроения как особое, междисциплинарное, социологическое и, одновременно, психологическое понятие. Деятельностная трактовка психики, в целом, оказалась вполне адекватной методологической основой для решения данной проблемы. Специфика настроений в том и состоит, что они, прямо или косвенно, являются социальными. Иными они просто не могут быть в силу социальной обусловленности самой психики. Попытки физиологов свести настроение к самочувствию лишь внесли путаницу в их рассмотрение. Адекватная интерпретация этого явления возможна в рамках науки, интегрирующей психологические и социологические представления.

Попытки упрощенной социологизации

Наиболее проторенный путь рассмотрения настроений в рамках социальной психологии связан с анализом поведения толпы. В первой части книги мы уже убедились: от Г. Лебона и Г. Тарда, 3. Фрейда и К. Юнга, Н. К. Михайловского и X. Ортеги-и-Гассета, Л. Фримэна и Н. Фута, К. Хата и У. Липпмана, как и многих других прослеживается богатейшая традиция изучения психических состояний, определяющих те или иные массовые действия людей. Интересно, что современная западная социальная психология, не предлагая новых подходов к проблеме массовых настроений, активно обращается к все тому же наследию прошлого[1].

Традиционно объектом изучения психологии масс в первую очередь являлись неорганизованные, стихийные виды поведения. Однако среди психологических факторов, лежавших в основе таких действий, практически всегда и почти всеми исследователями выделялись настроения. Последние рассматривались в связи с потребностями, желаниями, эмоциями, неосознаваемыми импульсами, мнениями, убеждениями и другими разнообразными психологическими факторами. К сожалению, массовые настроения не подвергались, за редчайшими исключениями, специальному систематическому анализу. Возможно, причиной этого были сложности с определением именно социально-психологической специфики данного феномена. Здесь мы сталкиваемся с неоднозначностью трактовок понятия «социальные» в приложении к понятию «настроения».

Идя по линии наименьшего сопротивления, очень соблазнительно счесть эпитет «социальные» простой констатацией в общепсихологической концепции обусловленности настроений социальной предметной деятельностью человека и, исходя из этого, рассматривать любые настроения как социальные. Однако ясно, что когда говорят о социальной обусловленности любых настроений, то имеют в виду лишь их опосредованность деятельностью людей, условиями жизни и особенностями переживаний индивидов. При конкретном социально-психологическом анализе нельзя позволить себе делать слишком большие обобщения, не рискуя при этом утратить специфику, сведя анализ к философско-социологическим или иным способам рассмотрения. Подобное упрощение означало бы повторение уже совершенных и исправленных ошибок: «...Так как в теоретическом плане на основе марксизма-ленинизма было всесторонне обосновано, что все психические явления от ощущения до характера являются социальными по своей сути, то у многих ведущих психологов и философов к середине 30-х годов сложилось убеждение, что особая социальная психология не нужна и ее проблемы могут быть решены на базе общей психологии» («Социальная психология», 1979).

История показала ограниченность как данной упрощенной позиции, так и противоположной, «индивидуалистической» точки зрения. Задача заключается не в попытках подменить индивидуальное социальным или наоборот, а в рассмотрении их диалектики, совместного — друг в друге — существования.

Сразу оговоримся, что для некоторых авторов здесь нет никакой проблемы. Так, по Б. Д. Парыгину, настроением является «эмоциональное состояние как общий на-

' См.: *Nye R. A.* The Origins of Crowd Psychology. Gistave Le Bon and the Crisis of Mass Democracy in the Third Repiblic. L, 1975; Rouvier C. Les idees de Gustave Le Bon. P., 1986; и др.

строй, направленность, ориентация всех проявлений психики индивида или социальной группы» (Парыгин, 1966). Другими словами, настроение оказывается эмоциональным состоянием члена социальной группы, и потому социально. На наш взгляд, определение специфики понятия «социальное настроение» связано прежде всего с тем смыслом, который вкладывают в слово «социальное».

В общем виде известно, что западные исследователи по преимуществу связывают социальную специфику настроений с индивидуальным поведением человека и его влиянием на общество. Как отмечал Н. Макиннес, «трудность психологического подхода к политике заключена в том, что он ведет к индивидуализму. С одной стороны, существуют «атомарные индивиды», чьи потребности и желания исходят из них самих. С другой стороны, существует Общество, которое то удовлетворяет их, то отказывает в этом... Большинство психологических доктрин не учитывают громадное большинство таких действий индивида, которые действительно социальны, не объясняют происхождение и природу общества... ничего не могут противопоставить утверждению о том, что общество, состоящее из полностью психически нормальных людей, тем не менее, может быть разделено политически, вплоть до насилия одних над другими... После разложения общества на индивидов (что дает возможность психологу авторитетно судить о политике) оно вновь реконструируется в виде совокупности индивидуальных потребностей и настроений... Теперь уже они должны определять политику. Но это — порочный круг: потребности сразу начинают носить общественный, политический характер, поскольку ими объясняется общество» (Mclnnes, 1977).

Генетическая трактовка «социальности»

Отечественные авторы, напротив, в основном искали специфику «социальности» настроений во влиянии общества на человека. В рамках такой позиции существуют три основных подхода.

При наиболее распространенном понимании «социальность» настроений связывается с их *генезисом.* В таких случаях «социальное» означает более высокий уровень настроений, отличный от тех настроений людей, которые вызываются чисто физическими причинами, и являющийся итогом социализации субъекта, его принадлежности к определенной группе и т. д. При таком понимании социальных настроений индивида упор делается на социальные истоки психики человека, ее опосредованность обществом и общественным бытием.

В предыдущем разделе мы воспользовались таким пониманием для демонстрации диалектической взаимосвязи «индивидуальных» и «социальных» настроений. Однако данная трактовка оправдана лишь в рамках самых общих методологических рассуждений — она, как отмечалось выше, не всегда целесообразна при конкретном анализе. Настроения как бы отрываются от конкретного индивида, поскольку они свойственны ему лишь как представителю определенной социальной общности, в которой они и формируются, и проявляются. Они существуют скорее в групповом, чем в индивидуальном сознании. При такой трактовке «социальные настроения» являются, например, переходным этапом в становлении и отражении классового сознания в отдельной личности, они есть своеобразное «классовое измерение» психики человека, его «социопсихический эквивалент». С этим не хочется соглашаться.

Подчас при поиске такого эквивалента используется довольно простой прием: введение понятия «общественное настроение». «Последнее есть состояние душевного подъема или упадка; состояние уверенности, бодрости или, напротив, неуверенности, страха, растерянности и т. д.». «Общественное настроение» означает в этом случае «не только собственно настроение, как проявление чувств, а как целую гамму общественно-психологических образований — это и общественное мнение, и социальные установки, и жизненные ориентации и другие общественно-психологические образования» (Уледов, 1981). Общественное настроение в данном понимании теснейшим образом связано с «общественно-психологической атмосферой», которая представляет собой «конкретную форму проявления духовной жизни общества» и «является состоянием общественного сознания» (Уледов, 1981). Она представляет собой обобщенную картину духовной жизни той или иной общности или народа в целом в конкретной исторический период[1].

Отсюда следует вывод о том, что общественные настроения являются эквивалентом этой атмосферы в сознании людей. Так, по мнению Н. Н. Стефанова, настроения прямо и непосредственно представляют собой особое эмоциональное «сопереживание» (совместное переживание) проблем той общности, членами которой являются люди. Специфика общественных настроений состоит в том, что они оказываются одновременно эмоциональным отражением и отношением, существующими в обществе[2]. В таком понимании они как бы навязаны субъекту социально-классовой природой общества и носят практически ролевой характер: субъект должен их испытывать почти в обязательном порядке как член той или иной группы, слоя, организации, общества.

Остановимся подробнее на данной трактовке, поскольку она достаточно распространена в литературе. Ясно, что сходство с взглядами представителей школы «психологии народов» носит достаточно внешней характер. Речь идет о тех формах общественного сознания, которые порождают различные общественно-экономические формации. Согласно анализируемой точки зрения, к этим формам относятся и общественные настроения как определенные социально-нормированные состояния человеческой психики, связанные с природой того или иного общества и как бы предписываемые обществом большинству его членов. Не возражая против самого понятия «общественные настроения» и против их в целом устоявшейся (хотя все-таки уходящей в прошлое) трактовки, выскажем сомнения в другом — в правомерности их включения в предмет социальной психологии.

Социальная психология имеет дело не с близкими общностями и надличностными явлениями, а с психологией конкретных людей — членов тех или иных общностей, так сказать, реальных носителей социальности, взаимодействующих между собой[3]. При таком подходе, сохранив понятие «общественные настроения» для обозна-

[1] См.: *Магомедов Н. Г.* Духовная атмосфера социалистического общества. // Коммунизм и вопросы раз вития духовной жизни общества. Ростов-на-Дону, 1970. С. 74-86.

[2] См.: *Стефанов Н. Н.* Общественното настроение. Същност и формиране. София, 1975. С. 40-49.

[3] Хотя, конечно, можно с достаточным основанием считать подобные взгляды своеобразным наследием длительного доминирования интеракционистского подхода в социальной психологии, альтернативы ему пока что недостаточно убедительны. Попытки такого рода см.: *Уледов А. К., Анищенко А. И.* Иссле дование общественного настроения как социально-психологического явления. // Философские науки. 1968. № 1. С. 52-61.

чения названных выше явлений, мы вновь стоим перед задачей нахождения конкретного социально-психологического эквивалента общественных настроений. Таким эквивалентом является переживание человеком — членом некой социальной общности — настроения общественного.

Возвращаясь же к генетическому пониманию социальности как важнейшей характеристики настроений, отметим, что в данном контексте интерес представляет саморазвитие таких настроений. Осознание людьми социальной реальности через осознание существующих общественных отношений проходит сложный длительный путь. Схематично этапы этого пути могут быть представлены следующими звеньями: 1) общественные отношения; 2) обыденная психология в рамках этих отношений; 3) социальные по генезису настроения — продукт обыденной психологии; 4) общественное мнение — осознаваемые настроения; 5) общественное сознание. От реального бытия людей до концептуализированных форм общественного сознания в виде, например, идеологии — таков сложный путь, важной ступенью которого являются настроения. В них аккумулируется то субъективное, эмоциональное и еще неосознаваемое восприятие жизни, которое закладывается обыденной психологией. Настроение — это своего рода «предсознание» группы, класса или общества, предвестник появления их новой идеологии или изменения старой. Переходя на сознательный уровень, настроение приобретает статус общественного мнения, которое носит хотя и осознанный, но еще не концептуализированный и не всегда устойчивый характер. Последовательный, концептуальный и устойчивый характер имеет идеология. Таково место социальных настроений при генетическом способе их рассмотрения[1].

При несколько ином срезе в генетической трактовке социальных настроений выделяются следующие, уже упоминавшиеся выше стадии их становления: 1) «брожение» масс, зарождение пока еще предсоциальных (индивидуальных, межличностных) настроений; 2) «поворот», осознание интересов, появление более ясного ощущения необходимости перемен в жизни; 3) отчетливый подъем настроений; 4) «отлив», спад, затишье; 5) новый подъем. В этом случае акцент делается на массовом, надындивидуальном, «общественном» характере этого явления. Как же говорилось, именно данная трактовка в известной степени продолжает традиции социологического подхода к человеческой психике. Терминологически это находит свое выражение в понятии «общественная (или "социальная") психика»[2] и обосновании необходимости появления специальной науки — «общественной психологии»[3].

Содержательная «социальность» настроений

Несколько иное понимание «социальности» настроений возникает в тех случаях, когда речь идет об их *содержании.* С этой точки зрения различаются настроения сугубо

[1] Интересно проследить, как при анализе общепсихологического (индивидуального) понимания настроений в социально-психологическом контексте проявляются «предсознательность» и кумулятивность настроений в плане концентрации тех субъективных смыслов, в которых отражается восприятие людьми реальных условий жизни.

[2] См.: *Самсонов Р.* Социальная психика и идеология. Ереван, 1970; *Винчев В.* Мораль и социальная психика. М., 1978.

[3] См.: *Горячева А. И., Макаров М. Г.* Общественная психология. Л., 1979.

социальные и настроения сугубо индивидуальные, вроде бы внешне, напрямую, не связанные с социальными явлениями. Видимо, именно такое содержание и имелось в виду Г. В. Плехановым, когда он писал о том, что всякая «идеология», по сути дела, выражает собой «стремление и настроения данного общества или... данного общественного класса» (Плеханов, 1925).

Главное для анализируемой трактовки состоит в том, что настроения — это психологическая почва для систематизированной идеологии. Поскольку «идеология определяется как система идей и теорий, ценностей и норм, идеалов и директив действия, выражающих интересы, цели и задачи определенного общественного класса, способствующих закреплению или устранению существующих общественные отношений» (Яковлев, 1979), то она и является, тем самым, концептуализированным выражением социальных по содержанию «настроений» общества или класса. В данном случае понятие «настроение» почти совпадает по своему значению с понятием «отношение» к тем или иным социальным явлениям, отличаясь от последнего лишь меньшей осознанностью. В этом контексте настроения легко определить как всего лишь «общее психическое состояние, в котором отражаются условия и особенности общественного бытия, характерные для определенных типов человеческих общностей». Тогда понятно, что «определяющими... факторами социально-психологических настроений всегда являются факторы внешние (в их отношении к составляющим группу индивидам), обусловленные социальными изменениями» (Заргаров, 1969).

Суть таких взглядов — упрощенная трактовка, согласно которой способ производства определяет господствующие в обществе настроения. Однако не все и не всегда объясняется так просто. В частности, известно, что помимо экономического (способ производства), на настроения влияют и политический, и идеологический факторы. В свою очередь, и настроения влияют на них. Тем не менее в рамках данной трактовки настроения рассматривались как особые, не связанные с индивидуальными явления, определяемые извне. Это усиливало их нормативно-заданный характер.

Подобная точка зрения была выгодной в социально-практическом отношении. Еще В. И. Ленин был уверен: «...выпуклое выступление партийных группировок согласно с классовым строением общества объясняется только бурным революционным настроением эпохи, когда партии образуются гораздо быстрее и когда классовое самосознание растет и отчеканивается бесконечно быстрее, чем в эпохи застоя или так называемого мирного прогресса» (Ленин, 1967-1984).

На наш взгляд, в приведенной цитате речь идет о том, что идеология производна от «социальных настроений» эпохи. Для этого необходима определенная общность настроений. Она же заключена в содержании, объединяющем социальные по своей природе «объекты» настроений и идеологии. Это хорошо согласуется с положением Б. Д. Парыгина об обязательной предметности социальных настроений, отличающей их, например, от ощущений, эмоций и чувств[1]. Социальность настроений задается их предметом, а не личностным состоянием субъекта, т. е. социальные явления определяют настроения людей, а не наоборот.

Настроение лишь «находит свое выражение... непосредственно — в виде определенных эмоций, сдвигов сознания». И тогда, разумеется, «...социальные настроения —

[1] См.: *Парыгин Б. Д.* Общественное настроение.М.: Мысль, 1966. С. 30.

это эмоциональные состояния, связанные с осуществлением или неосуществимостью, с разными фазами борьбы за осуществление тех или иных надежд и чаяний, помыслов и замыслов». Как уже отмечалось, это отношение к тем, кто мешает или, напротив, кто помогает воплощению желаемого. Развивая близкие к этим взгляды, Н. Н. Стефанов выделил специфические социальные функции настроений, к которым отнес релативно-оценочную, контрольно-охранительную, коммуникативную, эвристическую, воспитательную, регулятивную и т. д.[1] Иными словами, настроение — это определенное психическое состояние, имеющее предметную направленность. Похоже, что отличие социальных настроений от индивидуальных в данном контексте как раз и определяется их направленностью, а не персонифицированностью, т. е обусловленностью предметом, а не субъектом настроения.

Общая типология социальных настроений в таком понимании достаточно очевидна. Она задается основной осью «социальные — внесоциальные». Помимо этой основной оси или внутри нее (в зависимости от природы конкретного общества) существуют варианты позиций: классовые настроения (с их вариантами)—внеклассовые; групповые—внегрупповые; партийные—внепартийные и т. д., имея в виду не содержательное противопоставление, а простую констатацию иного типа предмета настроений, допустим, анархических в случае «внесоциальных» или внеклассовых настроений. Настроения в пользу одного из противоборствующих классов в классовом обществе принципиально являются также классовыми, а не внеклассовыми, поскольку последние не отражают классовых позиций или устремлений. В данном случае имеются в виду настроения, по своему содержанию направленные на общество или на бытие вне общества, на класс или на внеклассовость, на своего рода бесклассовость. Это — разделение по предмету, определяющему содержание настроений.

В данной типологии отводится определенное место субъекту, охваченному как социальными («общественными»), так и сугубо личными (внесоциальными) настроениями. В какой-то мере здесь отдается дань индивидуально-психологической традиции в понимании настроений. Однако при этом социальные настроения не обособляются, и на них лишь отчасти переносится механизм формирования настроений индивидуальных (к такому пониманию близки взгляды Б. Ф. Поршнева).

Итак, можно сказать, что до сих пор бытующие в литературе и генетическая, и предметно-содержательная трактовки «социальности» настроений в той или иной форме выделяют социальные (в основном как «общественные») настроения, придавая им статус самостоятельных. Вместе с тем в литературе прослеживается и определенная неудовлетворенность подобными трактовками, поскольку они не позволяют четко обозначить субъекта таких «социальных («общественных») настроений».

При «общественной» по генезису трактовке настроений их субъектом оказывается общество и общественно-психологические образования (классы, организации, коллективы, личность как система социальных ролей). При предметно-содержательной трактовке настроений их субъектом оказываются конкретные люди, объединяющиеся в некоторые общности под влиянием индивидуальных по природе, но общественно направленных отношений. Такое расхождение в обозначении субъекта можно преодолеть, если выделить еще один аспект в трактовке социальности настроений.

[1] См.: *Стефанов Н, Н.* Общественного настроение. Същност и формиране. София, 1975. С. 62, 77.

«Социальность» как свойство субъекта настроений

Еще один вариант понимания слова «социальные» применительно к настроениям обусловлен пониманием самого их *субъекта.* Определение «социальные» может трактоваться как мера интеграции, «присвоения» субъектом тех общественных настроений, в которые он включен, в которых протекает его жизнь. При «генетической» трактовке социализированный субъект отрывается от своей индивидуальности. При «субъектной» трактовке индивидуальные и социальные начала интегрируются. В первом случае субъект в силу своей социальности оказывается индифферентным носителем общественных настроений. Во втором — в субъекте, в частности в его настроениях, выявляется соотношение индивидуального и социального. Здравый смысл подсказывает, что человек как «интактный» носитель общественных настроений — это всего лишь абстракция, а социальные отношения сосуществуют с межличностными.

При субъектной позиции едва ли можно говорить о конкретно-психологическом проявлении общественных настроений — они срастаются с настроениями индивидуальными. Но точно так же не приходится говорить о чисто индивидуальных настроениях — они, будучи опосредованы общественными настроениями, по сути, тоже срастаются с ними. При этом возникает возможность рассматривать социально-психологические, т. е. реальные массовые настроения как особый феномен, интегрирующий как индивидуальные, так и общественные настроения людей.

Первые отражают переживания человека как «носителя» второго типа настроений. Общество в целом едва ли можно рассматривать как носителя психических состояний. В конце концов, выражение «общественная (или социальная) психика» — не более чем метафора. Слово «настроение» всегда подразумевает людей, живущих в определенном обществе и захваченных этим настроением. Естественно, что общество задает некие нормативы, «эталоны настроений». Но их реальное существование неотделимо от живых людей. Для обозначения, с одной стороны, психологических реалий «общественных настроений», а с другой — социальной, как по генезису, так и по направленности, сути индивидуальных настроений мы вводим понятие «социально-психологические настроения» людей. Именно эти настроения оказываются реальными, массовыми. Если индивидуальные настроения являются по преимуществу предметом рассмотрения общей психологии, а «общественные» — это прежде всего сфера социологических дисциплин, то социально-психологические настроения составляют действительный предмет изучения социальной психологии.

Остановимся подробнее на уже затронутом вопросе об отличии таких массовых социально-психологических настроений от настроений общественных. Практически любое из существовавших до сих пор в истории обществ было заинтересовано в наличии у людей — членов этих обществ — более или менее единообразных «общественных» настроений, соответствующих нормам и ценностям данного общества. Будучи принадлежностью различных специально организованных обществом «формальных» структур социального поведения, они представляют собой надындивидуальные образования. Так, для отдельного человека определенные общественные настроения предписаны социальными ролями, для групп людей — нормами настроений коллектива, организации или общества в целом. Задача этих общественных настроений — влияние на сознание и поведение людей уже в сравнительно менее формализованных

социально-психологических общностях. Итогом такого влияния должно быть формирование социально-психологических настроений. Так, социальная роль, влияя на исполняющего ее индивида, формирует личность как некое единство общественного и индивидуального. Коллектив преобразует малую группу. Организация структурирует большую группу, а общественно-политическая система в целом — массу входящих в нее людей.

Влияние на настроения в первую очередь оказывают средства массовой коммуникации, а также иные социально-политические институты убеждения или принуждения, генеральной задачей которых является распространение и укоренение в психике и поведении людей определенных, обычно идеологизированных, нормативных общественных настроений. Для успешного существования и развития, для своего «расширенного воспроизводства» практически любое общество заинтересовано в нормативной — причем обязательно позитивной — однородности настроений членов общества. Социально-психологическая однородность подчас важнее однородности социальной. Последняя иной раз является своеобразным следствием первой, результатом опредмечивания однородных массовых настроений.

Анализ позволяет выделить специализированные социальные формы (особые элементы социальной структуры, характерные для разных видов общественной организации), каждая из которых подразумевает поддержание определенных нормативных общественных настроений. Например, в условиях советского социалистического государства цепочка уровней «общественных» настроений, соответствующих разным степеням социально-политического объединения людей, выглядела следующим образом: настроения, задаваемые социальной ролью — задаваемые коллективом — задаваемые организацией[1] — задаваемые обществом в целом. По своей сути эта цепочка выражала формы объединения людей в определенном обществе не только относительно нормативных общественных настроений, но и с точки зрения элементов социальной организации.

Данной цепочке уровней практически соответствовала другая, отражающая социально-психологические формы объединения людей: личность (уровень социальной роли) — малая группа (уровень коллектива) — большая группа (уровень организации) — масса (уровень общества в целом). Исходя из этого, можно говорить уже о социально-психологических настроениях личности (индивид и роли, которые он «играет», т. е. индивидуальные и общественные настроения), малой группы, большой группы и, наконец, о массовых социально-психологических настроениях. Ясно, что все только что перечисленные настроения далеко не всегда являются «общественными» — они бывают и антиобщественными, оппозиционными по отношению к господствующей социально-политической системе. Тем более они не являются простой суммой индивидуальных настроений людей, входящих в перечисленные общности, — тут очевидно качественное приращение, обеспечиваемое особенностями каждой из названных общностей.

Известно, что общественные, в общепринятом понимании, настроения «могут варьировать в диапазоне от совершенно аффективных до таких форм, которые назы-

[1] Под организацией в данном случае мы имеем в виду классовые или социально-групповые объединения. Так, компартия по самоопределению была «высшей формой организации класса». Творческий же, к примеру, союз — форма корпоративной организации части интеллигенции, объединенной некими общими профессиональными интересами.

вают умонастроением или даже общественным мнением» (Поршнев, 1966). Ясно, что разная степень выраженности настроений связана с тем, к какой социально-организованной общности относятся испытавшие их люди. Это вопрос о том, каким «социальным субъектом» — коллективом, организацией, обществом в целом — задаются эти настроения и как они преломляются в психологии людей, «носителей» конкретных настроений. На уровне отдельной личности настроения наиболее осознаны, на уровне массовых настроений (например, толпы) — наиболее эмоциональны. Цепочка социально-психологических явлений «личность — малая группа — большая группа — масса» подразумевает увеличение эмоциональной включенности человека и уменьшение внутреннего контроля со стороны индивидуального сознания. Цепочка общественно-организованных форм «социальная роль — коллектив — организация — общество», напротив, предполагает увеличение степени осознанности и уменьшение непосредственной эмоциональной включенности индивидов. Настроения общества в целом, как правило, осознаются и выражаются четче и быстрее, чем настроение личности. Принципиальный механизм тут понятен: чем большей общностью представлен социальный субъект, чем более он «надличностен» и опосредован общественным сознанием, идеологией, массовыми коммуникациями, всей системой социально-политической «надстройки», тем, соответственно, меньше в нем индивидуального.

При третьей из рассматриваемых трактовок определения «социальные» в проблеме настроений мы также применили деятельностный принцип анализа: социальный субъект, о котором шла речь, — это всегда субъект определенной социальной, прежде всего совместной деятельности людей. Для личности совместность деятельности означает не только ролевую дифференцированность людей в соответствии с местом каждого в этой деятельности, но и частичность производимого ею вклада.

Совместная деятельность осуществляется совокупными усилиями людей, объединенных в малые и большие группы или же в общество в целом. Естественно, что люди, объединенные в эти группы, различаются своими настроениями. Общественно-заданные формы социальной деятельности в большей или меньшей степени нормируют все ее характеристики, в том числе и настроения. Но поскольку на любом уровне субъект деятельности представлен людьми, включенными в межличностные отношения и имеющими индивидуальные качества, то такой субъект обладает двумя рядами признаков — социальными и, особенно, психологическими. Эти признаки интегрированы в сложные социально-психологические образования, одним из которых и являются социально-психологические настроения.

При разделении настроений по уровням следует учитывать не только масштабы совместной деятельности (количество людей, включенных в социально-психологическую общность и потенциально охваченных тем или иным настроением), но и степень осознанности и, соответственно, эмоциональности настроений на каждом из отмеченных уровней. В принципе, четыре перечисленных выше уровня настроений отражают движение от единичной «социальной деятельности» (отдельная личность) до предельно обобщенной совместной деятельности общества в целом.

Таким образом, три рассмотренных трактовки проблемы социальности настроений сводятся к подчеркиванию, во-первых, их генезиса, во-вторых, определяющего их содержание объекта и, в-третьих, их субъекта. Акцентирование какой-то одной стороны приводит к игнорированию других. Комплексный подход имеет в этом отношении известные преимущества. Потому и представляется оправданным при ана-

лизе социальных настроений исходить, прежде всего, из их субъекта. Дифференцированное понимание субъекта всей социальной деятельности позволит для каждого вида субъекта рассмотреть объект и, тем самым, социальное содержание его настроений. При необходимости для понимания причин появления тех или иных настроений, уровня их развития в данных момент и возможных перспектив развития, может быть подключен и генетический анализ. Тем самым, предложенная субъектная трактовка позволяет осуществить общие принципы системного рассмотрения социальных явлений.

Три указанные трактовки, несколько различающиеся в понимании «социальности» настроений, не исключают друг друга. Это достаточно условно выделяемые точки зрения, которые отражают разные направления в исследовании сложного явления. Каждое из них имеет свои традиции. За каждым стоят научные разработки, причем первые две трактовки значительно более подробно исследованы в отечественном обществознании. Меньшее внимание уделялось третьей трактовке, учитывающей субъекта настроений. Большая изученность двух первых позиций отчасти объясняется их большей теоретичностью. Третья же позиция требует не только теоретического и концептуального построения, но и конкретно-практического осмысления. Дифференциация субъекта социальной деятельности подразумевает разные уровни настроений, которые необходимо сопоставлять между собой, что едва ли осуществимо без их фиксации. Все это невозможно проделать только в теоретико-методологическом плане.

Итак, с социально-политической точки зрения настроения — это особый феномен, сущность которого состоит в переживании и наделении со стороны субъекта определенным смыслом его принадлежности к социальной системе. Такие настроения определяются степенью идентификации себя с социальной ролью, а в конечном счете - с социальной системой. При такой трактовке настроения неизбежно приобретает социально-политическую окраску.

Массовые политические настроения

Почти сорок лет назад было сформулировано: «Из всех междисциплинарных взаимоотношений, которые являются практически важными для... науки, наиболее важна взаимосвязь между политикой и психологией. Для современного автора это является аксиомой» (Catlin, 1962). В западной науке аксиомы такого рода сняли проблему обоснования тесной взаимосвязи социальной и политической психологии, правомерности и необходимости политико-психологического анализа, растворив ее в изобилии частных эмпирических зависимостей.

Примерно с середины 30-х годов XX века появились работы, в которых нащупывались подходы к осмыслению возможностей прагматического соединения психологического и политического знания. Одним из первых это сделал Ч. Мерриам (Merriam, 1925)[1]. Обосновав идею о политическом поведении как центральном в таком синтезе, он предложил выявлять психологические черты политического поведе-

[1] См.: *Merriam H.* New Aspests of Politics. Chicago, 1925.

ния индивида, тех или иных социальных групп, а также массовых феноменов эмпирическим путем, пользуясь количественными методами и соединяя методы эмпирической социологии и социальной психологии. Значительный вклад в этом направлении был сделан Г. Лассуэллом, изучавшим, в частности, влияние средств массовой коммуникации на особенности психологии масс[1].

Психологические механизмы того или иного воздействия на массы фиксируются и обобщаются. Цели понятны: подобные исследования, во-первых, позволяют прогнозировать степень и результаты любого целенаправленного воздействия на массовые настроения, а во-вторых, в какой-то мере нейтрализовать это влияние. Симптоматично в данном случае, что перед визитом президента Р. Рейгана в Москву летом 1988 г. популярный психологический журнал[2] внимательно анализировал «слагаемые обаяния» М. С. Горбачева, повлиявшие на общественное мнение и массовые настроения в США в период его визита в Вашингтон в конце 1987 г., и предостерегал президента США. С одной стороны, такое обаяние не должно влиять на американцев при обсуждении деловых проблем. С другой стороны, Рейган должен был проявить не меньшую привлекательность, воздействуя на общественное мнение и настроения.

Среди западных политико-психологических работ последнего времени, связанных с проблематикой массовых настроений, необходимо выделить несколько направлений. С одной стороны, это достаточно обобщенный анализ тех потенциально-массовых настроений — в частности, настроений протеста, — которые существуют в том или ином сообществе в связи с возможными вариантами массового политического поведения. Так, по данным А. Марша, 43 % англичан не способны на большее, чем подписать какую-нибудь петицию, а половина из них не решится и на это. Но 35 % пойдут дальше, они могут быть вовлечены в законные (разрешенные) демонстрации и бойкоты. Оставшиеся 22 % могут пойти на запрещенные демонстрации. Половина из них остановится на забастовках, но другая половина пойдет до конца и будет использовать улицу, баррикады, захват зданий (Marsh, 1978).

С другой стороны, немало исследований посвящено изучению конкретных всплесков тех или иных массовых настроений в ходе определенных политических событий в те или иные периоды времени. Начиная с 1960-х годов активно исследуется настроенческий фактор в молодежной среде, в частности, анализируются специфические настроения этого возраста (Feuer, 1969). В 1970-е годы сходные параметры изучались среди расовых и этнических меньшинств в условиях западных стран[3]. Затем, с конца 1970-х — начала 1980-х годов, появились работы, в которых влияние данных факторов рассматривалось в контексте антивоенных движений[4].

Еще одной линией стали попытки осмысления настроенческих факторов в тех или иных традиционных политических движениях с длительной историей. Так, в частности, ряд работ М. Рокича был посвящен политико-психологическому рассмотрению вариантов массового радикалистского поведения (Rockeach, 1978). А. Эскола рассматривал настроения, характерные для представителей тех или иных партий и

[1] См., например: *LasswellH.* Psychopathology and Politics. Chicago, 1934, и др.

[2] Psychology Today. 1988. June. P. 40-42.

[3] См., например: *Kasschau P.* Political Alienation in a Sample of Young Mexican Children. // Sociology anc Social Research. 1976, № 30. P. 37-45.

[4] См., например: The Peace Movement in Europe and the United Sates. L., Sidney, 1985.

движений (в частности, для коммунистов) (Eskola, 1971). Близких проблем касалась Дж. Кнутсон, объясняя «левые ориентации» потребностью людей в привязанности, а «правые» — потребностью в безопасности и уважении (Knutson, 1977). Многочисленные исследования такого рода обобщены в ряде обзорных работ[1]. Часть из них нашла отражение в отечественной литературе[2].

Оценивая данный литературный поток в целом, необходимо констатировать, однако, что политико-психологическая традиция пока что не пришла к созданию целостной концепции массовых политических настроений. Западные исследователи часто ограничиваются либо описательным подходом, либо эмпирическим изучением косвенных, но легко операционализируемых факторов. В итоге преобладают либо яркие картины массовых психических проявлений, либо заключения, основанные на анализе, скажем, вербальных предпочтений представителей тех или иных социальных групп, изучении их установок в политической сфере и т. п. Возникает своеобразная ситуация, при которой явление обозначается, однако последовательно не изучается. Более того, подчас оно даже не называется, размываясь в ряду близких политике- и социально-психологических понятий.

Отечественная политическая психология, как известно, находится пока что в процессе становления, лишь намечая круг стоящих перед ней задач и вопросов. Уже накоплен определенный ряд постановочных работ, в которых так или иначе фигурируют массовые настроения[3].

Методологической основой рассмотрения массовых политических настроений могут служить работы, в которых нашли отражение конкретные психологические моменты политики. Французский исследователь Л. Сэв справедливо писал о том, что некоторые идеи позволяют увидеть «основу исторически конкретной... психологии, в которой реальная жизнь индивида рассматривается как выражение политических отношений» (Сэв, 1972). Другой французский психолог, Дж. Ле Ни, на богатом фактическом материале исследовал психологическую подоплеку событий «горячего мая» 1968 г. во Франции, выявляя связь политического поведения различных социальных

[1] См., например, такие работы последних десятилетий, как: *Davies Y.* Human Nature in Politics. The Dynamics of Political Behaviour. Westport, 1972; *Brinton M.* The Irrational in Politics. Montreal, 1974; Human Needs and Politics. N. Y., 1977; *Braun K.* Einfuhrung in die politische Psychologie. Bern, 1980; *GunnellJ. Y.* Between Philosophy and Politics: the Alienation of Masses. Amherst, 1986; Political Psychology: Contemporary Problems and Issues. San Francisco, L, 1986; и др.

[2] См., например: *Егорова Е. В.* Влияние внутриполитической обстановки на принятие внешнеполити ческих решений капиталистическим государством. // Взаимосвязь и взаимовлияние внутренней и внешней политики. Ежегодник Советской ассоциации политических наук, 1980. М., 1982. С. 73-81; *Его рова Е. В.* Новейшие исследования личностей политических лидеров в американской политической психологии. Психологический журнал. 1983. Т. 4. С. 146-152; *Лебедева М. М.* Политическая психоло гия за рубежом. // Критика буржуазных политологических концепций: К итогам XI конгресса между народной ассоциации политологических наук. М., 1982. С. 144-154; *Рощин С. К.* Взаимосвязь и взаимо влияние внутренней и внешней политики в свете западной политической психологии. // Взаимосвязь и взаимовлияние внутренней и внешней политики. Ежегодник Советской ассоциации политических наук, 1980. М., 1982. С. 73-81.

[3] В частности, см.: *Косолапое Н. А.* Социальная психология и международные отношения. М., 1983; *Рощин С. К.* Политическая психология. // Психологический журнал. 1980. Т. I. № 1. С. 141-156; *Шерковин Ю. А., Столбун Е. Б.* Ленинское наследие и психология политики. // Вопросы психоло гии. 1980. № 5. С. 5-14; *Шерковин Ю. А., Евгенъева Т. В.* Теоретическое наследие К. Маркса и пси хология политики. // Вопросы психологии. 1983. № 3. С. 5-15; *Шестопал Е. Б.* Психология поли тики. М., 1989; и др.

групп и слоев с целым комплексом массовых психологических явлений и факторов. Воля, сознание, аффекты, настроения, смелость, страх, гнев, воображение, хладнокровие, мотивы, цели — все эти моменты органически входят в процесс политической борьбы и политических действий, и их значимость особенно возрастает в периоды острых социальных потрясений (Le Ny, 1969).

Однако, при всей интересное™ подобных исследований, количество их сравнительно невелико. Как верно отмечала Е. Б. Шестопал, длительный провал в разработке политико-психологического направления в исследовании массовых явлений в нашей стране был связан с социально-политическими причинами, отразившимися на обществознании: «Сами массы зачастую трактовались упрощенно, как сумма безликих индивидов, приводимых в движение волей политического авангарда. Все это не способствовало изучению психологических факторов, действующих в политике. Нередко уход от исследования психологических компонентов политики мотивировался постулатом о недопустимости психологизации политики, опасением сведения политических явлений к неполитическим. Будучи методологически верным, такое утверждение неверно интерпретировалось, оборачиваясь игнорированием психологических элементов политики, и тем самым закрывало всю сферу «человеческого» в политике» (Шестопал, 1989).

Основные выводы

1. Человеческие настроения, как индивидуальные, так и массовые, всегда считались наиболее сложным предметом психологической науки. Однако их интимная, внутренняя природа обычно оказывалась препятствием для научного анализа — скорее, настроения были предметом обыденной, житейской, ненаучной психоло гии. В результате современная психология так и не имеет устоявшейся общепри нятой теории настроений.
2. Социально-психологическое рассмотрение настроений невозможно без основ обшепсихологического понимания, учета базовых закономерностей их появления и развития. В противном случае можно «потерять» самого носителя настроений - того самого человека, который в совокупности с себе подобными образует массу. Настроения любой общности существуют только в преломлении через настрое ния людей, образующих эти общности. Не учитывать это — значит признавать наличие надчеловеческих, абстрактно социальных настроений. Это свело бы век работу к набору спекулятивных рассуждения — ведь проявляющиеся в социаль ной жизни массовые настроения являются всего лишь психическим отражением этой жизни. Они просто не существуют вне такого отражения, обеспечиваемог: психикой конкретного человека, находящегося в массе.
3. При общепсихологическом рассмотрении, на индивидуальном уровне, настрое ния проявляются как специфические состояния, сутью которых является инте грация влияния внешних, объективных событий, происходящих с человеком, и их внутреннего, субъективного переживания. В рамках деятельностной трактовка настроения — это один из высших уровней субъективного осмысливания (наделения субъективными, личностными смыслами) того, что объективно происходит I

с человеком, окружает его и воспринимается им. Это своего рода «предсознание», ближайший резерв сознания, его чувственно-эмоциональная основа. Настроения тесно связаны с потребностями человека, поэтому они выполняют две основные функции. С одной стороны, это сигнальная функция, ведь настроения — это особая, сложная аффективно-когнитивная сигнальная реакция, указывающая на расхождение потребностей с реальными условиями жизни и возможностями индивида удовлетворить имеющиеся потребности. С другой стороны, это побудительная функция, ведь настроения — это еще и один из мощных регуляторов психики и, в определенных обстоятельствах, побудителей человеческого поведения. С точки зрения обшей психологии, настроения рассматриваются как психические состояния, отличающиеся рядом характеристик и анализируются в пространстве, заданном соответствующими параметрами. Общепсихологические трактовки настроений располагаются в значительных диапазонах. Они исследуются как:

я осознанные или неосознанные;
- рациональные или эмоциональные;
- внешние или внутренние;
- предметные или личностные;
- долговременные или краткосрочные;

Я устойчивые или импульсивные;
в организованные или неорганизованные.

Только такой, комплексный подход позволяет в итоге рассматривать те или иные настроения как преимущественно индивидуальные или, напротив, как более социальные.

4. Не менее сложным вопросом оказывается определение специфики «социальности» тех или иных настроений. Помимо попыток прямой и грубой социологизации настроений, эту специфику искали как в социальном происхождении настроений, так и в социальном характере содержания и субъекта настроений — особенно массовых. Для обозначения социального характера настроений возникло понятие «общественное настроение» — социальное и по происхождению, и по содержанию, и по характеру субъекта (группа, общность), нормативное настроение, испытываемое человеком как членом социума. Однако массовые настроения не сводятся к «общественному настроению». Массовые настроения возникают и развиваются на основе настроений индивидуальных — как одинаковые переживания массой индивидов соответствия нормативного «общественного настроения» их собственному, внутреннему состоянию. Массовые настроения — это особые состояния, отражающие переживания теми или иными множествами людей соответствия диктуемых обществом норм и нормативных «общественных настроений» реальным, практическим возможностям их осуществления. С социально-психологической точки зрения, такие настроения — это особый феномен, сущность которого заключена в переживании субъектом и наделении им неким смыслом своей принадлежности к определенной социальной общности или общественно-политической системе в целом. Позитивная или негативная окраска субъективного отношения к жизни и условиям реализации потребностей человека определяет характер возникающих таким образом массовых настроений.
5. В социально-политической сфере массовые настроения наиболее адекватно могут быть исследованы с помощью методов политико-психологического анализа —

одного из разветвлений социально-психологического подхода в целом. Его принципиальная суть заключается в вычленении и рассмотрении психологических факторов и механизмов, обеспечивающих динамику социально-политических процессов со стороны деятельности субъекта этих процессов. Массовые политические процессы не могут быть адекватно поняты без мотивационных механизмов, формирующих массу и приводящих ее в социально-политическое действие.

I

Глава 2.3

Массовые **настроения в политике**

Природа массовых политических настроений. Я Субъект массовых настроений. 9 Возникновение и развитие массовых настроений. Ш Основные виды и функции массовых настроений. Ш Механизмы воздействия на массовые настроения. Ш Прогнозирование массовых настроений.

Рассмотрение феноменологии, места и роли массовых настроений в историческом развитии, изучение данных общепсихологических и социально-психологических исследований настроений; обоснование возможности политико-психологического анализа массовых настроений — все это позволяет сформулировать самостоятельную концепцию массовых настроений и их функционирования в политических процессах. Такая концепция строится по шести основным параметрам:

1) обобщаются и формулируются ключевые представления о предмете массовых политических настроений и их природе;
2) рассматривается субъект таких настроений в общем и конкретных планах;
3) описываются истоки возникновения и динамика развития массовых настроений;
4) выявляются их основные виды (проблема типологии) и функции;
5) исследуются механизмы воздействия на такие настроения;
6) анализируются возможности прогнозирования их развития.

Природа массовых политических настроений

Массовые настроения в политике — это особые психические состояния; однородная для большого количества людей субъективная сигнальная реакция, особые переживания комфорта или дискомфорта, в интегрированном виде отражающие три основных момента: во-первых, степень удовлетворенности или неудовлетворенности общими социально-политическими условиями жизни; во-вторых, субъективную оценку возможности реализации социально-политических притязаний людей в данных условиях; в-третьих, стремление к изменению условий ради осуществления притязаний.

Массовые настроения как сигнал

Специфическая сигнальная роль политических настроений состоит в том, что лишь настроения из всей совокупности психических явлений интегрируют в себе сразу три момента: тот или иной объективный стимул (фактор социально-политической жизни), социально-политическую оценочную реакцию на него (причем не эмоционально-ситуативного, а стратегического, потребностного характера) и готовность к тому или иному политическому действию. Если эмоции отражают просто оценку и переживание, мнения — знание, то настроение в скрытом виде интегрирует и то и другое, также включая в себя готовность к действенным проявлениям. Поэтому они одновременно могут относиться как к эмоциональной, так и рациональной сферам, а также к сфере действенной готовности субъекта. Это достаточно целостный феномен.

Политическая сторона массовых настроений задана тем, что они возникают как реакция именно на социально-политические факторы, существуют как переживания социально-политических аспектов бытия, связаны с пониманием и осмыслением этих аспектов и отражают готовность к политическим действиям. Из всего многообразного спектра существующих массовых настроений мы выделяем именно политические как наиболее яркие и заметные настроения, порожденные факторами политического порядка, связанные с оценками, имеющими политическую окраску, ведущие к действиям, направленным на политические аспекты и отличающиеся политическими последствиями.

Понятно, что в принципе любое настроение, скажем, недовольства, может быть направлено в политическую сферу, — история и современность дают немало примеров того, как это происходило с националистическими, религиозными или просто вульгарно-экономическими настроениями. Однако перечисленные настроения не *обязательно* попадают в разряд политических. Во-первых, они не всегда вызываются политическими факторами, во-вторых, не обязательно несут в себе политические оценки (как оценки удовлетворенностью или неудовлетворенностью политическими факторами — условиями жизни). Но главное даже не в этом. Они не обязательно влекут за собой собственно политические действия и собственно политические последствия. В определенных ситуациях названные настроения могут играть политическую роль, но могут и не играть ее.

Настроения как оценка

Нас интересуют такие массовые настроения, которые вызываются имеющими прямое отношение к политике факторами жизни, обладают политической определенностью оценочного рода и, главное, включают в себя стремление к политическим действиям, политические последствия. Последнее условие является решающим. Если те или иные экономические, националистические, религиозные и т. п. настроения порождают такие действия и последствия, они могут рассматриваться как политические; если же не порождают, то они должны рассматриваться как самостоятельные варианты массовых настроений.

Трансформация неполитических настроений через их направленную политизацию прослежена в литературе. В социальной психологии метаморфозы подобного рода иногда обозначаются как «поиск козла отпущения». Недовольство масс всегда.

направлялось в нужное тем или иным силам русло. Для этого в истории использовались и религия (недовольство объяснялось результатом отступления от «истинной веры» и трансформировалось в угар «богоугодных» настроений и действий по искоренению еретиков на кострах святой инквизиции и т. д.[1]), и национальные чувства (недовольство объяснялось происками представителей иных национальностей и трансформировалось в различного рода погромы и притеснения как национального, так и расового характера[2]), и многие другие психологически срабатывающие каналы. Чтобы убедиться в этом, достаточно вспомнить, например, стереотип «русского убийцы», усиленно создававшийся оппозицией в Венгрии в 1956 г.[3]

Выражая определенные психические состояния, массовые политические настроения отражают принадлежность испытывающих их людей к определенной социально-политической общности. Это не классическая общность, выделяемая на основании анализа социальной структуры и политической системы общества, а динамическая, политико-психологическая общность, функционально образуемая данными настроениями и потенциальными действиями. В таком, теперь уже комплексном выражении двух, психологической и политической, сторон, массовые политические настроения — это прежде всего общая эмоционально-рациональная оценка значительными количествами людей соответствия реальной социально-политической действительности, тех или иных ее аспектов притязаниям, потребностям и интересам этих людей, осуществление которых связано с данной действительностью, с данными аспектами. «Вступая в качестве характеристики общего психического состояния социальной общности, настроение... определяет направление, тенденцию и характер проявления... решений и действий» (Заргаров, 1969).

Здесь важно подчеркнуть, что речь идет о функциональных общностях (подробнее об этом — в разделе о субъекте массовых настроений), возникающих на основе общей настроенческой оценки социально-политической действительности, которая и определяет направление, тенденцию и характер действий. Как уже говорилось выше, массовые настроения не совпадают с «общественными настроениями», как бы предписываемыми людям в силу их принадлежности к тому или иному элементу социальной структуры и политической системы. Массовые настроения могут включать социально-нормативные составляющие, но суть их — в переживании соответствия «общественных» (системных) нормативов реальной жизни, в выработке к ним собственного отношения. Именно поэтому массовыми могут становиться не только системные «общественные», но подчас и «антиобщественные» настроения. Так, революционные настроения сторонников большевиков в России перед переворотом 1917 г. были явно антиобщественными по отношению к господствовавшему социальному строю.

[1] Детальный анализ религиозных настроений и их влияния в современной общественно-политической жизни см.: *Парыгин Б. Д., Ерунов Б. А., Букин В. Р.* Религиозное настроение и его структура. // Вопросы научного атеизма. М., 1971. Вып. II. С. 65-79.

[2] Социально-психологический анализ национализма, включая соответствующие настроения, был проделан Ю. А. Шерковиным. См.: Современное революционное движение и национализм. М., 1973. С. 98-140 (особенно с. 134-137).

[3] См.: *Пристер Е.* Венгерский репортаж. М., 1957.

Настроения как устремления

Политико-психологическая природа массовых настроений проявляется в том, что они становятся заметными при расхождении двух факторов: притязаний (ожиданий) людей, связанных с общими для значительного множества, массовыми потребностями и интересами, обычно порождаемыми социально-политической системой, с одной стороны, и реальных условий социально-политической жизни — с другой. Активные настроения, своеобразная готовность к политическим действиям возникают тогда, когда притязания и ожидания людей вступают в конфликт с возможностями их удовлетворения, причем это противоречие переживается и связывается людьми с теми или иными социально-политическими моментами. Тогда настроения становятся массовыми, превращаясь в особое состояние массового сознания, предшествующую действиям массовую психологическую реакцию на рассогласование желаемого и действительного. Такая реакция может принимать различные формы — от ненависти к тем, кто «мешает», до восторга по отношению к тем, кто «помогает» воплощению желаемого в жизнь. Особая форма — пассивные настроения типа безразличия и апатии, когда массы не верят в политические возможности преодоления разрыва между притязаниями и достижениями. Обычно это — своеобразный «паралич» притязаний, лишенных опор в действительности, паралич мотивации и активных политических действий.

В данном контексте интерес представляет понятие «политическое бессилие». Так. М. Олсен полагает, что такое бессилие есть, с одной стороны, объективная реальность в те или иные моменты. С другой же стороны, это особое настроение «недееспособности в отношении политики», «ощущение невозможности повлиять на нее» (Olsen. 1976). Явления такого плана исследовались в контексте «политического отчуждения».

В целом же политические настроения — это субъективная оценка социально-политической действительности, как бы пропущенной сквозь призму соответствующих интересов, потребностей и притязаний массы. В политическом отношении особенно важно, что такие настроения быстро распространяются. Они заразительны. Их промежуточный аффективно-когнитивный статус ведет к тому, что над ними затруднен контроль сознания. Они легко и быстро объединяют людей, находящихся в сходном социально-политическом положении, формируя чувство общности «мы». Этот настрой, как правило, направлен против неких «они», от которых зависит не устраивающее людей положение дел.

При быстром распространении, становясь массовыми и влиятельными, настроения подчиняют себе многие другие (в определенных ситуациях практически все) компоненты психики. В особенности это относится к менее глубинным по отношению к настроениям, социально производным рациональным компонентам, например к таким слагаемым социального сознания, как ценности и установки. Анализ показывает, что в рабочем классе любой страны есть люди, ориентированные на активное участие в забастовочном движении; есть рабочие, не обладающие такой ориентацией, и есть принципиально отрицающие забастовочную борьбу. Однако известно, что в периоды обострения конфликтов даже многие противники забастовок, охваченные соответствующим настроением, включаются в общие действия (Cousins, Brown, 1975).

Согласно распространенному мнению, настроение есть фактор «сдвига», динамики поведения. Соответственно, принято считать, что массовые настроения обычно содержат определенный деструктивный в социально-политическом отношении заряд. Как правило, они направлены против той или иной стороны прежнего или нынешнего укладов жизни. «Настроения всегда активно направлены не только к чему-либо, но еще более против чего-либо» (Поршнев, 1966). Это состояние, стимулирующее деятельность, движимое по каким-либо социально-политическим причинам нереализуемыми притязаниями и ожиданиями. Это состояние отрицания тех или иных аспектов социально-политического устройства.

Даже в случае «пассивных настроений» очевиден некий молчаливый протест. Неверие в возможность реализации притязаний и есть психологическое отрицание системы, которая обездвижила активность людей. Такие настроения редко бывают длительными — конфликт с системой рано или поздно прорывается в активных настроениях и антисистемных действиях.

Даже те настроения, которые внешне представляются настроениями успокоенности, довольства, удовлетворения, имеют скрытую отрицательную направленность. Они весьма негативны по отношению к потенциальным нарушениям покоя, достигнутого статуса и, как следствие, равновесия между притязаниями и возможностями их достижения. Такие настроения, например, отличали верхушку советского общества в период так называемого «застоя». При таком «настроении обороны» люди радуются одержанным победам, преодоленным трудностям и торжествуют над противниками, которые им мешали. Причем все это может происходить как реально, так и иллюзорно.

Субъект массовых настроений

Субъектом массовых политических настроений, по определению, является некая масса, то или иное множество людей, объединенных в некую общность за счет действия единого политико-психологического фактора. К числу таких факторов относятся те или иные аффекты, эмоции, чувства и другие психологические явления и процессы, отражающие социально-политическую жизнь и политическое поведение людей. Так, даже возникший по совершенно иным причинам некий «субъект общественного мнения» может быть внезапно охвачен теми или иными настроениями. Однако «чистым» случаем субъекта массовых настроений являются общности, возникающие на основе самих настроений. Такое «замкнутое» определение нуждается в специальном разъяснении.

Как говорилось в первой части книги, многочисленные попытки дать определение понятию «массы» не привели к общепризнанному результату. Однако был выявлен некоторый ряд специфических признаков, позволяющих очертить наиболее существенные черты данной общности. Напомним: обобщая многие подходы, Б. А. Грушин полагал, что: «массы — это ситуативно возникающие (существующие) социальные общности, вероятностные по своей природе, гетерогенные по составу и статистические по формам выражения (функционирования)» (Грушин, 1987).

Гетерогенность и ситуативность

Для массовых настроений наиболее существенно, что субъектом таких настроений как раз и выступают общности, ситуативно возникающие и гетерогенные по своему составу. Именно так политические настроения формируют своего субъекта, распространяясь среди людей и становясь «массовыми». Создаваемые ими массы включают индивидов, принадлежащих к разным группам и слоям общества (отсюда — социальная гетерогенность), охваченных в тот или иной момент времени (ситуативность) общими настроениями. В таком контексте массы — это специфические социально-психологические образования настроенческого типа, внеструктурные «острова» в групповой структуре социума, не устойчивые, а как бы «плавающие» в составе более широкого целого[1]. Ситуативность и гетерогенность масс определяется именно настроениями. Как указывал Б. Ф. Поршнев, «люди, охваченные однородным настроением и выражающие его более или менее совместно, тем самым составляют общность» (Поршнев, 1966) — несмотря на все существующие между ними иные различия.

Такая трактовка основана на функциональном подходе и позволяет исследовать динамику политических процессов в отличие от статики, понимание которой достигается за счет традиционного группового, классового или стратификационного подходов к социальной структуре.

Главным в понимании массы является то, что это особое объединение людей на основе общих настроений и действий, прямо не следующих из особенностей отдельного слоя, группы или даже класса. Напомним: «Понятие «массы» изменчиво, соответственно изменению характера борьбы... Когда революция уже достаточно подготовлена, понятие «массы» становится другим: несколько тысяч рабочих уже не составляют массу. Это слово начинает означать нечто другое. Понятие массы изменяется в том смысле, что под ним разумеют большинство, и притом не простое лишь большинство рабочих, а большинство всех эксплуатируемых; другого рода понимание недопустимо... всякий другой смысл этого слова становится непонятным» (Ленин, 1967-1984).

Наиболее существенно в понимании массы в кризисные времена не то, что она «рабочая» или какая-то иная, а то, что она именно «масса», т. е. общность, которая демонстрирует единый способ поведения, единую психологию. Поэтому у авторов того времени понятия «рабочая масса», «мелкобуржуазная масса» и т. п., как правило, сопровождаются уточнением характера действий и психологии массы как «революционной» или «реакционной», «неразвитой» или «недовольной», или же «полной решимости действовать».

Исследования социально-политических механизмов поведения масс в кризисные периоды общественного развития позволяли выходить на анализ психологии этих масс, стоящих за теми или иными действиями характерных черт, специфики поведения. На таких этапах в подобные моменты развития общества как раз и возникали возможности изучать настроения и потребности масс, мнения и устремления, степень сознательности и подверженности «предрассудкам».

[1] Выражение Э. Я. Баталова — см.: *Баталов Э. Я.* Массовое политическое сознание современного американского общества: методология исследования. // Общественные науки. 1981. № 3. С. 118.

Формирование настроенческих масс

Развитие масс зависит от степени охвата людей настроениями. Созревая первоначально в рамках того или иного класса, группы или слоя, настроения людей могут распространяться, захватывая представителей других групп и слоев. На основе этих настроений и готовности к действиям внутриклассовая (или внутригрупповая) масса может разрастаться, принимая характер межклассовый, межгрупповой. Такие настроения выступают в качестве «ядерных» для заражения ими представителей иных общностей.

«Масса» предстает перед исследователем в разнообразных обличиях. Как уже говорилось, толпа — наиболее простой случай субъекта массовых настроений: «Толпа — это временное скопление большого числа людей на территории, допускающей непосредственный контакт, спонтанно реагирующих на одни и те же стимулы сходным или идентичным образом. Людей в толпе объединяет психическая связь, образовавшаяся из сходных или идентичных эмоций и импульсов...» (Щепаньский, 1969). Внимание исследователей, начиная с Г. Лебона и Г. Тарда,[1] фиксировалось на наиболее ярких, эмоциональных проявлениях уже сложившейся толпы. Именно поэтому недостаточное внимание было уделено фактору, который собирает толпу, образует массу еще до того, как она становится «эмоциональным организмом». Этот фактор — сходные настроения людей. Именно они как бы притягивают людей друг и другу, группируют их в общность. Распространяясь, настроения быстро достигают значительной интенсивности, перерастают в эмоции, растворяются в них и становятся незаметными на их фоне. Но стоит схлынуть эмоциям, как вновь настроения становятся заметными: «Влияние толпы на индивида преходяще, хотя возникшее у него настроение может сохраняться долго» (Щепаньский, 1969).

Сходные настроения индивидов образуют толпу как частный случай субъекта массовых настроений. Распадаясь, со спадом эмоций, толпа перестает существовать как эксплицитно представленный субъект настроений. Однако настроения сохраняются достаточно явно на уровне индивидов — их конкретных носителей, а в неявной, имплицитной, потенциальной форме и в качестве массовых, но временно разобщенных настроений.

Другой частный случай — «публика», представляющая собой специально организуемого субъекта массовых настроений. Специфические политические акции (например, торжественные заседания, собрания и т. п. в особенно наглядных ритуальных формах сталинско-брежневского периода) как раз и преследовали цель формирования и распространения определенных настроений. На действие этого механизма указывал еще Я. Щепаньский: «Публика в кино, на концерте или в театре осознает рождающиеся у нее настроения, и это осознание может усиливать впечатление, вызванное действием общего стимула» (Щепаньский, 1969).

В целом же и толпа, и публика как частные случаи демонстрируют, что настроения, формируя определенную политико-психологическую общность, превращают ее из субъекта настроений в субъект активных действий и затем обусловливают то или иное массовое политическое поведение. «Значение толп и публики проявляется в периоды социальных волнений, революционных настроений, войны, забастовок, ко-

[1] См.: *Тард Г.* Социальные этюды.СПб, 1902.

гда любое собрание или сборище может превратиться в агрессивную толпу, а она в свою очередь — в борющуюся группу, если толпою овладеют организованные группы, которые сумеют ее направить» (Щепаньский, 1969).

От толпы — к «средним слоям»

В современном мире не всегда просто представить охваченное одним и тем же политическим настроением большинство населения той или иной страны. Это возможно лишь в периоды экстремальных социально-политических напряжений, причем при достаточно обобщенной оценке настроений, которые доминируют в обществе. В обычных же ситуациях циркулируют более или менее выраженные, многообразные, относительно массовые настроения. Дифференцированность этих настроений связана с разным положением групп и слоев в социально-политической структуре, а также с тем, что разные группы, образующие такую массу, с разной быстротой захватываются возникающими настроениями. Группы и слои с высоким уровнем социального самосознания менее подвержены настроениям, поскольку последние быстро осознаются и подчиняются ранее выработанным мнениям, позициям, программам действий и т. д. Другие слои общества, в силу меньшей определенности их социального положения, с большей легкостью попадают под действие настроений.

Говоря о субъекте массовых настроений в общественно-политической жизни современных государств, надо помнить о возрастании роли так называемых «средних слоев». В свое время говорилось: «Капитализм не был бы капитализмом, если бы "чистый" пролетариат не был окружен массой чрезвычайно пестрых переходных типов от пролетария к полупролетарию (тому, кто наполовину снискивает себе средства к жизни продажей рабочей силы), от полупролетария к мелкому крестьянину (и мелкому ремесленнику, кустарю, хозяйчику вообще), от мелкого крестьянина к среднему и т. д.; если бы внутри самого пролетариата не было делений на более и менее развитые слои, делений земляческих, профессиональных, иногда религиозных и т. п> (Ленин, 1967-1984).

Важной группой, занимающей промежуточное положение в социальной структуре «средних слоев», является интеллигенция. В силу повышенной чувствительности к социально-политическим переменам, связанной с неустойчивостью собственного положения, в силу повышенного внимания к собственным внутренним переживаниям и устремлениям эта группа являет собой заметную часть обобщенного субъекта массовых настроений. Особенно это выражено у творческой интеллигенции: «... Художник часто действует под влиянием настроения, которое у него достигает такой силы, что подавляет всякие другие соображения» (Ленин, 1967-1984). Московский скульптор, стреляющий из гранатомета в американское посольство в знак протеста против натовских бомбардировок «братьев-славян» в Югославии, — лучший том; пример.

В современном мире часть населения, испытывая влияние научно-технической революции, оказывается в положении своеобразных «маргиналов», не могущих найти четкого места в постепенно размывающейся традиционной социальной структуре общества. Психологически они становятся близки к «средним слоям» в силу податливости настроениям, и часто смыкаются с ними. Это наблюдается в развитых запад-

ных странах[1], однако не только в них. На роль настроенческого фактора указывают исследования средних слоев городского населения в развивающихся странах и Востока, и Латинской Америки[2].

Как отмечается в литературе, настроения «так называемых "средних слоев" проникают во все слои современного буржуазного общества, так как именно "средние слои"... вообще, а в критических, острых ситуациях в особенности являются наименее стабильной и устойчивой, в наибольшей степени "размываемой" социальной средой, из которой постоянно рекрутируются пролетарские и полупролетарские элементы общества, а также и люмпен-пролетариат. Весьма условны и подвижны грани, отделяющие мелкую буржуазию от средней и крупной буржуазии, от военщины и чиновничества, и если в сфере экономики, образа жизни, степени обеспеченности они прослеживаются четко, то в чисто психологическом плане эти грани более размыты»[3].

Таким образом, субъектом массовых настроений является масса как особая общность, возникающая на основе общих переживаний, прежде всего настроений. Это объединение людей не по формально-«общественному», социально-классовому, а по функциональному признаку, формирующееся на основе общих психических факторов и побуждаемых ими действий. Масса есть образование настроенческое, гетерогенное и ситуативное.

Возникновение и развитие массовых настроений

В истоках возникновения массовых настроений лежит взаимодействие двух основных факторов. Во-первых, предметный, *объективный фактор,* — реальная действительность, в которой живут люди. Эта действительность, с одной стороны, порождает те или иные потребности, притязания, ожидания. С другой же стороны, она удовлетворяет или не удовлетворяет имеющиеся чаяния и надежды, причем делает это в разной степени, образуя ту или иную шкалу возможностей удовлетворения потребного в зависимости от места, занимаемого людьми в социально-политической системе.

Во-вторых, *субъективный фактор,* который образуют представления людей о реальной действительности, различные ее оценки в свете имеющихся у людей интересов и потребностей, притязаний. У каждого человека существуют свои устремления. С одной стороны, это связано с объективным фактором — социально-экономическим положением — и представляет собой отражение последнего. Однако, с другой стороны, подобная связь никогда не является прямолинейной и исчерпывающей.

Притязания и ожидания людей имеют сложную детерминацию. В них играют роль такие моменты, как социальная наследуемость (люди, оказавшиеся силой обстоятельств в иной социально-политической системе, могут сохранять в определенной мере те притязания, которые формировались той системой, в которой, скажем, прошло их детство, — об этом свидетельствуют как примеры политических настроений

[1] См.: На изломах социальной структуры. М, 1986.

[2] См.: Средние слои городского общества в странах Востока. М., Наука, 1975; Средние городские слои Латинской Америки. М., Наука, 1974.

[3] См.: *Бланк А. С.* Старый и новый фашизм. Политико-социологический очерк. М., 1982. С.76.

определенных групп в первые десятилетия после установления Советской власти в России, так и другие похожие ситуации); наличие в сознании людей представлений об определенных желательных притязаниях (что связано с известными в социальной психологии «референтными группами», по нормам которых люди хотят жить, хотя ни они, ни подчас даже их предки никогда к таковым не принадлежали, например ориентация части современной российской молодежи на стандарты потребления западного образа жизни) и т. д. Близкое, хотя и не вполне тождественное «притязаниям» понятие «экспектации» («требования-ожидания»), детально разработанное в западной, прежде всего американской, социальной психологии, включает слагаемые, порождаемые «группой присутствия» (продиктованные прежде всего реальным социально-политическим статусом и ролевыми нормами, связанными с этим статусом), «референтной группой», структурой собственного «я» и т. д.[1]

Психологический аспект

В контексте понимания настроений и их психологических истоков приходится учитывать целый ряд субъективных детерминант. Особый их раздел был исследован К. Левином, который и ввел понятие «притязания» в широкое обращение, придав ему самостоятельный статус[2]. «Притязания», согласно Левину, являются прежде всего важнейшим личностным образованием, обусловливающим активность личности. С притязаниями связаны многие аффективные процессы, которые определяют поведение человека.

Если следовать Левину, то притязания всегда связаны с намерениями и предметами потребностей. Притязания создают «систему психологического напряжения», которая и ведет к изменению деятельности. Порожденное притязаниями аффективное напряжение связано с переживанием потребности, такое нервно-психическое напряжение всегда содержит необходимость своего разрешения, ослабления, «снятия»[3].

С нашей точки зрения, именно «напряжение» наиболее соответствует, с интимно-психологической стороны, понятию «настроение». Притязания как особая, отчасти рациональная, но прежде всего эмоциональная устремленность на предмет потребности, переживаются как степень возможности достижения потребного, как вероятность успеха или неудачи — естественно, на основе предыдущего опыта; в этом смысле настроения есть результат прошлого, проецируемый в будущее. Предвосхищение успеха или неудачи и есть то «нервно-психическое напряжение», которое с нашей точки зрения адекватнее всего может быть обозначено именно как настроение. Психологически оно определяется, в целом, системой притязаний, образующих «уровень притязаний», и предвосхищением успеха или неуспеха в решении той или иной задачи, в достижении потребного.

Данные рассуждения близки к тем взглядам, которые высказывал Д. Маклелланд. пытаясь распространить идею «уровня притязаний» на социальную жизнь (McClelland, 1961), однако отличаются от его концепции тем, что включают настроения как

' Подробнее об этом см., например: *Hall C. S., Lindzey G.* Theories of Personality. N. Y., 1967.

[2] См.: *Lewin K.* The Dynamic Theory of Personality. N. Y., 1935.

[3] См.: *Зейгарник Б. В.* Теория личности К. Левина. М., 1981; *Москвичев С. Г.* Проблемы мотивации в пси хологических исследованиях. Киев, 1975. С. 81-86.

звено, связывающее притязания с общей устремленностью социально-политического поведения человека. К этому различию близко подошел, но окончательно не сформулировал его М. Дойч, пытавшийся объяснить явления, называвшиеся им «социальными апатиями» и «социальными революциями», исходя из особенностей проявления уровня притязаний личности и мотивации достижения успеха (в терминах нашей концепции — «настроенности на успех») (Deutsch, 1968).

По Дойчу, «социальная апатия» есть результат переживания субъективной вероятности неудачи, которое возникает перед лицом сложных политических и международных проблем, что вызывает снижение уровня притязаний и практически не оставляет никаких надежд на успех в «революционной борьбе» (в поведении, направленном на удовлетворение потребностей и достижение притязаний). «Социальные революции» рассматриваются Дойчем как следствие переживания субъективной вероятности достижения успеха. Такое переживание («настроение») возникает, по его мнению, в результате «подчас мизерных», весьма незначительных улучшений в положении, например, угнетенных. Такие кажущиеся (а подчас и просто иллюзорные) улучшения могут достаточно высоко поднимать уровень притязаний, тем самым обусловливая высокие ожидания в отношении дальнейших революционных преобразований.

К подобным взглядам близок и Дж. Дэвис, утверждающий, что люди «идут в политику» не тогда, когда хотят удовлетворить те или иные потребности, а тогда, когда чувствуют угрозу возможностям их удовлетворения, т. е. испытывают определенное настроение. «Люди обычно не обращаются к политике, дабы удовлетворить голод или найти любовь, самоуважение и т. д. В этих случаях они идут в магазин, ищут представителей противоположного пола... "выражают себя" в работе и редко при этом думают о политике. Если же достижению всех этих целей угрожают другие индивиды или группы, настолько сильные, что с ними не справиться частным образом, то люди обращаются к политике для гарантирования осуществления своих целей... В повседневной же жизни они предпочитают удовлетворять свои потребности сами, приватным образом» (Davies, 1972).

Таким образом, ясно, что в истоках массовых настроений лежат общие для значительного числа людей, распространенные потребности (в данном случае в социально-политической сфере), но не сами по себе, а как фактор, порождающий соответствующие притязания. Последние представляют собой конкретную устремленность на потребное и переживаются в зависимости от возможности или невозможности их реализации. Подкрепляемые достижениями притязания обычно ведут к росту позитивного «напряжения» (положительного настроения), неподкрепляемые — к росту отрицательных настроений[1].

В последнем случае накапливаемое, неразрешаемое эмоциональное напряжение проявляется, при условии достаточной значимости притязаний, в массовых «выбросах» отрицательных настроений, которые можно психологически рассматривать по аналогии с открытым школой Левина и его продолжателями «аффектом неадекватности»[2]. В ситуациях такого рода обнаруживается, в частности, нежелание масс сни-

[1] В соответствии с известным в психологии законом «оптимума мотивации» Йеркса-Додсона, настроения зависят еще и от значимости задачи, однако на данном этапе рассуждений этот момент не представляется решающим.

[2] В частности, об этом см.: *Неймарк М. С.* Направленность личности и аффект неадекватности у подростков. // Изучение мотивации поведения детей и подростков. М., 1972. С. 57-71.

жать уровень притязаний, несмотря на неудачи, полное отрицание мыслей о том, что причины неуспеха могут крыться в них самих, стремление обвинить в своих неудачах кого угодно или ссылками на объективные обстоятельства, а также чувство обиды и уверенность в несправедливости. Такого рода настроения обычно характеризуют массовую психологию в периоды, предшествующие массовым политическим действиям, ведущим к потрясениям политической системы.

Социально-политический аспект

В социально-политическом плане возникновение массовых настроений и степень их очевидности зависят от уровня однородности социально-политической структуры общества. Чем дифференцированнее, плюралистичнее эта структура, тем больше существует в обществе различных групп, обладающих специфическими потребностями и интересами, и каждая из них может иметь свои настроения. Чем сильнее, четче, яснее и однороднее представляются общественные отношения, тем более «сжата» структура и тем сильнее однородно-нормативный, «общественный» компонент настроений.

Возможны две абсолютно противоположные ситуации. С одной стороны — ситуация хаоса и анархии, полного крушения нормативных социально-политических структур, при которой полностью распадаются «общественные» настроения. Процесс распада в таких случаях идет по уровням, от «всеобщего» к индивидуальному. Вначале перестают быть массовыми прежние общественные настроения, сменяясь массово выраженным широким спектром настроений групповых. Затем распадаются и они, и наступает массовый расцвет индивидуальных настроений. Как показал процесс детоталитаризации бывшего советского общества в последние десятилетия, подобная динамика настроений, связанная прежде всего с социально-экономическими (а на их основе — и с политическими) интересами и притязаниями, развивается в целом достаточно быстро. С другой стороны — ситуация жизнеспособного тоталитаризма, при которой жесткие социально-политические структуры удерживают не только политическую, но и настроенческую, психологическую однородность общества. «Массовый энтузиазм» советского общества эпохи сталинизма в немалой степени определялся этим.

Возникновение и развитие настроений в общем виде зависит прежде всего от степени очевидности расхождения притязаний людей с предоставляемыми социально-политической системой возможностями их удовлетворения, например от несоответствия декларируемых прав и свобод реальной действительности сталинского ГУЛ АГа. Однако здесь надо иметь в виду существование особых, «отсроченных притязаний». Это те устремления, которые люди готовы отложить, с реализацией которых согласны потерпеть ради, например, предстоящего «светлого будущего», «мировой революции» или чего угодно в этом роде. На таких отсроченных притязаниях долгое время держалась политическая система советского общества. Однако опыт показывает, что такая «отсроченность» имеет определенные пределы: рано или поздно массы начинают требовать осуществления своих притязаний. В таких случаях стремительно развиваются настроения массового недовольства системой.

Трудно спорить с тем, что «историческая обстановка сама по себе, независимо от людей не меняется; она меняется только благодаря их действиям, даже если послед-

ние носят стихийный характер и люди представляют ход движения иллюзорно» (Чагин, 1967). Причиной появления оппозиционных по отношению к власти массовых настроений является рассогласование уровня притязаний с возможностью достижения прокламируемых притязаний. Определенное опережение притязаниями реальной жизни необходимо, поскольку создает мотивы, стимулы движения вперед, усиливает активность людей, направляемую на достижение все новых и новых целей-притязаний. Однако любые притязания должны сочетаться со знанием путей их реализации или с верой в наличие такого знания. Тогда возможна та или иная степень «отсроченное™». Если же подобное знание отсутствует или носит слишком абстрактный, лозунгово-декларативный характер, то у людей возникают сомнения в подлинности целей тех, кто обещает невозможное или кажущееся невозможным. При сравнительно небольшом рассогласовании это не замечается, но при резком расхождении между притязаниями и их реализацией становится очевидным. И тогда вместо желательной для власти нормативной однородности настроений, полностью соответствующих тем или иным целям и «идеалам» общественного развития, возникают самые разные возможности направления настроений, ориентирующихся уже не на «общественные», а на индивидуальные и групповые интересы.

Тогда возникает ситуация, когда декларируемые цели, нормы и ценности жизни как бы повисают в пустоте: они не подкрепляются существующей реальностью, и определенные слои населения просто перестают в них верить. Вместо ориентации на общественные нормы, ценности и смыслы люди начинают жить индивидуальными или узкогрупповыми, корпоративными интересами. С одной стороны, возникают и развиваются иждивенческие, потребительские настроения. С другой же стороны, появляются новые или оживают старые идеалы, притязания и ожидания, которые становятся основой для нарастания массовых оппозиционных настроений. За счет всего этого постепенно размывается прежняя однородность, усиливается социальное, политическое и психологическое расслоение общества. Такая ситуация в некоторых отношениях сродни «аномии», описанной еще Э. Дюркгеймом как переживаемой людьми утраты веры в декларируемые нормы и ценности[1]. Развивается социальная дезадаптация, поскольку привычные механизмы социальной и социально-психологической адаптации оказываются нарушенными[2]. Появляется дезадаптивная масса, охваченная антисистемыми настроениями.

Разумеется, подобные ситуации складываются не сами собой. Как правило, необходим внешний толчок для активизации этого процесса. Часто таким толчком выступают слухи.

Один из фундаментальных психологических законов гласит: «Настроения могут быть ошибочными, например порожденными тем или иным ложным слухом. Но чем они относительно устойчивее, тем более представляют уже некое "мы" и тем самым

' См.: *Дюркгейм Э.* Самоубийство: социологический этюд. СПб, 1912. Затем это многократно исследовалось и в других контекстах. В частности, влияние факторов данного рода, усиливая на начальном этапе политическое отчуждение, затем может вести к массовым взрывам деструктивных, антисистемных настроений, проявляться, как считает С. Кофф, «в революциях и терроризме». См.: *Koff S.* The Political Use of the Concept of Alienation. // Alienation: Concept, Term and Meaning. N. Y., 1973. P. 268-290.

[2] Об этих механизмах см.: *Ольшанский Д. В.* Адаптация социальная. // Философский энциклопедический словарь. М,, 1983. С. 12-13.

некую общественную силу, чему-то противостоящую» (Поршнев, 1966). Оппозиционные настроенческие общности людей возникают еще до осознания ими причин объединения, до выработки программ и идеологических конструкций. Настроения окрашены негативным по отношению к существующим порядкам тоном, «когда чаяния и действительность особенно расходятся. Тогда на передний план выступят настроения недовольства, беспокойства, неуверенности, усталости, страха, гнева, возмущения» (Поршнев, 1966). Это усиливается в экстремальные, кризисные периоды общественно-политического развития.

Известно, что существует прямая связь между степенью психической напряженности жизни людей, перенапряженностью их деятельности и интенсивностью массовых настроений[1]. Еще Г. Лебон подметил, что динамичное проявление оппозиционных настроений, помимо названных факторов, усугубляется «ослаблением прежних верований», «возрастанием могущества толпы» и «противоречивостью информации в печати» (Лебон, 1896). Он же указал, что настроения более непосредственно, чем идеология, отражают динамику социальных отношений. В этом как раз и кроется причина внешней «стихийности» и «скачкообразности» возникновения настроений (Le Bon, 1969).

Динамика развития настроений

Одним из первых заметных показателей развития настроений является резкое увеличение и массовое распространение новых слухов. Возникает своеобразный циклический механизм: слухи — настроения — слухи... Появляются толпы, возникают другие формы спонтанного поведения. Подобного рода массовые состояния не только сплачивают людей в некое одинаково настроенное «мы». Люди вновь и вновь как бы говорят себе и друг другу, что они живут в «чужом», «ихнем» мире. Возникают особые ситуации: люди испытывают горькое разочарование, убеждаясь, «что жизнь полна противоречий и что все еще существуют какие-нибудь "они"» (Поршнев, 1966).

Разочарование оказывается тем сильнее, чем больше люди поверили во что-то или кому-то: ведь «они верили», а «их обманули». Именно этот лозунг часто используется для идеологического «оформления» возникающих оппозиционных, по отношению к власти, настроений. Люди, разочаровавшись в возможности реализации своих притязаний, испытывают потребность либо как-то изменить притязания, либо найти новые пути для удовлетворения старых притязаний. Если они чувствуют себя психологически «чужими» в «обманувшем их мире», значит, им нужно обрести новое, собственное, истинное «мы». Перед ними встает вопрос о том, где же «истинные» идеалы, нормы, ценности, смыслы жизни.

Иногда люди усматривают их в прошлом, и тогда возникает своеобразная ностальгия по прошедшему «золотому веку». Иногда они связывают эти идеалы и смыслы с будущим, и тогда появляются различные варианты утопий. Наконец, возможен и такой вариант, когда нечто подлинное (точнее, кажущееся подлинным) усматривается в нынешнем времени, но выглядит как удаленное в пространстве, например в иной стране или иной социальной системе.

' См.: *ПарыгиП Б. Д.* Общественное настроение. М.: Мысль, 1966. С. 122.

Если же говорить о начальной стадии развития, о появлении и распространении оппозиционных настроений, то их возникновение обычно представляется как результат своего рода «брожения масс». Под влиянием оппозиционных по отношению к власти идейно-политических сил это брожение принимает уже осознаваемую направленность, реализуясь в конкретных действиях. Это происходит на базе все того же расхождения притязаний людей, сформированных доминирующими в обществе каналами пропаганды, и реальной жизни, которая также зависит от сил, владеющих средствами массовой коммуникации или обладающих реальной возможностью влиять на них. При увеличении разрыва между тем, что говорится, и тем, что делается, нарушается политико-психологическая однородность общества, начинается отмеченное «брожение». И тогда, в сравнительно короткие сроки, возникают в противовес тем, «кто говорит одно, а делает другое», новые политико-психологические общности людей, объединяемые негативным отношением к таким силам. Вновь и вновь стремление «обманутых» (связываемых чувством «мы») объединиться против «обманщиков» (неких «они»), «негативизм по отношению к "ним" стимулируют контагиозность среди "нас"» (Поршнев, 1966). Нарастающая заразительность усиливает распространение настроений.

Переходя от истоков возникновения к динамике развития массовых настроений, следует остановиться на особом характере этой динамики, проявляющемся наиболее очевидно на уровне относительно конкретного субъекта таких настроений, в толпе. Развитие настроений в толпе носит все тот же, уже описанный в первой части книги, «циркулярный», спиралевидный характер, напоминающий своеобразное «эмоциональное кружение»: одни и те же настроения, имеющие общую основу (чаще всего именно неудовлетворенные притязания, вызывающие психическое «напряжение»), воспроизводятся вновь и вновь, захватывая все большее число людей и усиливая свою интенсивность.

Циркулярный характер продемонстрировали настроения, развивавшиеся в толпах на главных площадях столиц восточно-европейских государств, Москвы, столиц союзных республик и ряда областных центров СССР в течение 1989-90 гг. В апреле 1989 г. наиболее драматично этот механизм проявил свое действие в Тбилиси. Последовавшие вслед за этим другие аналогичные примеры привели к своеобразному апофеозу в августе 1991 г.

Общим в подобных случаях было то, что собравшиеся люди первоначально заведомо не могли быть готовы к «решительным действиям», «штурмам» и т. п. Они были просто охвачены настроением недовольства, не имеющим какого-то конкретного выхода. Первоначально люди в такого рода толпах в самом буквальном смысле демонстрируют свое настроение. Постепенно они начинают «заводиться», возбуждать друг друга, — иначе собравший их вместе настрой начинает терять силу. Циркуляция настроений осуществляется за счет перечисления, по кругу, требований — нереализованных притязаний. Шаг за шагом они обычно усиливаются, и, соответственно, недовольство нарастает от их неосуществляемости. На определенном этапе от выражения притязаний следует переход к поиску тех, кто, по мнению толпы, виновен в том, что притязания не реализуются. Далее идет процесс атрибутирования, приписывания «виновным» всевозможных отрицательных качеств. Нарастая при циркуляции, соответствующие настроения достигают такого уровня, когда лишь немедленные дей-

ствия могут предоставить им возможность для разрешения. Начиная с этого момента, настроения «включают» соответствующее поведение.

Ситуации в Тбилиси и других городах показали, что от начала скопления людей до активных действий проходит не меньше нескольких часов, а иногда и дней. В частности, в нескольких эпизодах толпы людей в буквальном смысле дневали и ночевали на площадях как бы для того, чтобы не прерывалось циркулярное взвинчивание настроений. Отдельные случаи (например, бесчинства в здании МВД в Кишиневе осенью 1989 г.) показали: даже после начала действий толпе может понадобиться своеобразная «митинговая пауза» для повторной стимуляции тех настроений, которые начинают угасать или разрешаться.

Циклы развития настроений

В общем виде, имея в виду не только конкретную толпу, но и широкие политические массы, цикл развития настроений обычно включает четыре основных этапа. Первый этап — начало развития настроений, уже называвшееся *брожение,* характеризуется еще достаточно смутным беспокойством, ощущением социально-политического дискомфорта, переживанием диффузных аффективных сигналов, свидетельствующих о рассогласовании потребного и достигаемого. За ним стоит тот самый «некий неприятный осадок», о котором писал А. Н. Леонтьев (1974) и который остается у людей на фоне в целом привычно-терпимой жизни. Брожение — это скрытое, неосознанное, поддающееся влиянию (в частности, идеологическому) недовольство.

Второй этап, обычно называемый *поворотом* (настроений и психики в целом), в ходе которого происходит качественное изменение психического состояния масс. Первоначальные смутные ощущения и расплывчатые переживания, кристаллизуясь, генерализуются и приобретают политические очертания. От первоначального «недовольства», возникающего по поводу тех или иных конкретных сфер жизни, следует поворот к аффективно-когнитивным рассогласованиям желаемого и реальной жизни, причины которых видятся в политической сфере, конкретно — в устройстве власти. Туманные прообразы настроений, возникшие на первом этапе, частично осознаются и рационализируются в принятых в обществе рамках социально-политической жизни. На этой стадии возникают собственно политические настроения, пока еще не обязательно носящие массовый характер.

Третий этап, часто обозначаемый как *подъем,* связан с появлением действительно массовых настроений. К этому времени из всего множества конкретных настроений, связанных с отдельными вызвавшими их явлениями и процессами, выделяется доминантное политическое настроение. Соответствуя наиболее распространенным притязаниям, оно быстро распространяется, формируя массу. За счет множественных циркуляции в многолюдных общностях людей это настроение быстро усиливается, достигая такого уровня интенсивности, который требует немедленного разрешения. На этой стадии настроение уже вполне оформлено в идеологическом и политическом отношении, за ним стоят необходимые лозунги и программы действий, оно способно вызывать конкретные политические действия, в которых участвуют массы. Обычно эта стадия ведет к реализации притязаний и, тем самым, к разрешению настроений.

Четвертый этап, иногда образно именуемый *отливом,* как правило, возникает в результате разрешения настроений и удовлетворения, в той или иной мере, реально или

иллюзорно, основных притязаний, вызвавших данное настроение. Бывает, однако, и так, что стадия угасания и связанные с ней пассивность и апатия возникают как следствие неразрешимости настроений, после того как массы, несмотря на предпринятые действия, не сумели достичь возможностей для реализации своих притязаний. В этом варианте они (обычно временно) смиряются с недостижимостью потребного.

Временность спада массовых настроений определяется тем, что последние носят циклический характер. В силу постоянного развития потребностей растут и стремления к их достижению. В соответствии с этим, спустя то или иное время после спада, наступает стадия нового подъема настроений, обычно являющаяся началом нового цикла их развития. Если в новом цикле воспроизводится нереализованное сравнительно недавно настроение, то его развитие может происходить ускоренными темпами, когда те или иные этапы (обычно первый и второй) протекают как бы в латентной, свернутой форме, не всегда заметной для наблюдателя. В этом случае подъем настроений носит как бы внезапный, неожиданный характер и создает значительные сложности для политической системы, которая, казалось бы, совсем недавно сумела справиться с подобными настроениями, надолго подорвала их. Взаимосвязь русских революций 1905 и 1917 гг. иллюстрирует это.

Разумеется, массовые настроения в своем развитии не всегда следуют такой достаточно жесткой схеме. Возможны ситуации, когда вместо упадка следует неожиданный поворот настроений в противоположную сторону. И тогда неудача революции, например, может привести к резкой активизации реакционных, иногда даже ультраконсервативных настроений. Причем такие повороты возможны у одних и тех же субъектов настроений, особенно у «средних слоев» с их неопределенным в социальном отношении самосознанием. Несбывшиеся ожидания того, что в ходе революции будет преодолен разрыв между притязаниями и возможностями их реализации, часто оборачиваются против тех, кто сформировал эти ожидания, оформил соответствующие настроения, направил их идеологически и организационно, поднял массы на борьбу, обещал, но не сумел выполнить обещанного. Настроенческий «маятник» редко замирает на середине: обычно от одного полюса он идет к другому, увлекая за собой определенную часть масс. Один из примеров такого рода — оживление правого радикализма, в частности, неофашизма в ГДР в конце 1989 г., практически накануне объединения Германии. Разочарование в СЕПГ и ее модели «немецкого социализма» качнуло настроения части общества вправо. В соответствии с этим и на парламентских выборах в начале 1990 г. победили не «умеренные реформаторы» типа социал-демократов, а значительно более правые силы.

Уровни развития настроений

Динамика массовых настроений связана не только со сменой их направленности и интенсивности, но и с быстротой перехода от настроений к осознанным мнениям, практическим политическим оценкам и конкретным действиям. В политико-психологическом отношении эта динамика связана с уровнями развития настроений, проявляющимися в разных способах выражения и в особых ограничителях на пути реализации настроений в политическом поведении. Эти ограничители можно проранжировать определенным образом.

Первый уровень — то, чего люди хотят и что молча переживают. На данном уровне настроения ограничены недостаточно осознанными притязаниями и проявляются в переживаниях невербального характера.

Второй уровень — на что люди надеются и что способны выразить вербально. Здесь настроения осознаны в виде надежд и чаяний, устремлений, однако ограничены лишь словесными формулировками, мнениями, пожеланиями. В конкретном выражении, например, пресловутыми «наказами» кандидатам в ходе избирательной кампании.

Третий уровень — то, что люди в принципе готовы отстаивать. Это уровень настроя на определенные убеждения, предготовности к действиям во имя своих убеждений, однако еще не самих действий.

Четвертый уровень — декларирование принципов, которыми человек «не может поступаться». Во всяком случае, на вербальном уровне.

Наконец, пятый уровень — то, что люди привыкли считать своим и ни за что не отдадут. Уровень активного, уже действенного отстаивания значимых притязаний, борьбы за их осуществление.

Основные виды и функции массовых настроений

Один из наиболее сложных вопросов в проблеме массовых настроений и их функционирования в социально-политических процессах — вопрос об их классификации. В принципе ясно, что мало выделить явление, рассмотреть его природу и основные характеристики. Если речь идет о столь многогранном феномене, имеющем разнообразные формы проявления, то желательно выделение тех или иных видов и разновидностей, составление своеобразной «координатной сетки» — матрицы, включающей наиболее значимые виды. Однако именно здесь начинаются максимальные трудности.

Проблема типологии настроений

Массовые настроения можно классифицировать по многим основаниям. Например, по степени массовости, уровню эмоциональности, наличию действенного компонента и т. д. Попытки такого рода уже предпринимались в науке. Как уже говорилось, одни исследователи подразделяли «единичные настроения» и «действительно массовые»; другие — «настроения» и «умонастроения»; третьи — «настроения апатии» и «решительных действий». Ясно, что все подобные подразделения имеют право на существование, но ясно и другое: продолжать этот ряд оснований можно долго. Все такие классификации равновозможны, пока носят умозрительный характер. Однако любая из них может увести в сторону от практического смысла проблемы. Таков удел рассмотрения настроений в чисто психологическом контексте.

Не менее длинной предстает череда возможных социологических оснований: здесь и охваченные теми или иными настроениями социальные группы с их многообразными характеристиками, и особенности образа жизни, и т. п. Возможны, но столь

же ограничены и социально-экономические основания типологии настроений, например характер экономических требований и степень их удовлетворенности у тех или иных социально-экономических слоев общества, испытывающих те или иные настроения.

Согласимся с Э. Я. Баталовым, что едва ли можно создать единообразную типологическую модель массовых настроений. Путь их классификации «пролегает не через попытки создать... единую универсальную модель, а через построение системы моделей, "высвечивающих" одновременно... под разными ракурсами, воспроизводящих различные... измерения и тем самым удовлетворяющих познавательные (и стоящие за ними практически-политические) потребности общества. Не одномерно-плоскостная, а сферическая, не единая универсальная, а интегральная модель, понимаемая как динамическая система взаимодополняющих друг друга моделей, которые только в своей совокупности способны дать адекватное реальному объекту представление о сложном, постоянно изменяющемся, "пульсирующем" духовном образовании...» (Баталов, 1983). Сказанное снимает проблему типологии массовых настроений «в общем виде», решая ее путем создания конкретных ситуационных типологических моделей в контексте той или иной изучаемой социально-политической ситуации или процесса.

Обычно упоминания о «настроениях» имеют практически-политическое звучание. Среди них преобладают конкретно-исторические приемы классификации настроений, основанные на политической оценке их реальных или желаемых, потенциальных последствий — тех или иных массовых действий. Исходя из этого, выделяются, например, революционные и контрреволюционные, фашистские и антифашистские и т. п. пары настроений. При наличии определенных практических выгод этот подход тоже нельзя принять как исчерпывающий. В свое время он был порожден дихотомизированным, узкоклассовым способом мышления.

Оно строилось на простой логической цепочке. Во-первых, массовое настроение проявляется в политическом действии. Во-вторых, последнее не бывает нейтральным в отношении политической системы общества. Значит, в-третьих, реальная возможность различать настроения заключена в той роли, которую играют побуждаемые ими действия по отношения к обществу. В наиболее простом случае их оценивает само общество в соответствии с господствующей идеологией, которая, в свою очередь, отражает определенные настроения. Обычно это сводилось к идеологизированной, нормативно-общественной оценке в рамках соответствующей политической системы. В марксистской методологии этот путь, как правило, сводился к классовой оценке. Идя по нему, было легко строить разнообразные политизированные и идеологизированные типологии массовых настроений в соответствии с тем, соответствует ли побуждаемое ими поведение интересам господствующих сил.

Более широкий подход можно наметить, исходя из посылок иного способа политического мышления. Тогда настроения также оцениваются по результату вызываемого ими политического поведения, однако последнее рассматривается не только в узко понимаемом конкретно-историческом плане, но и в масштабе цивилизации. Всякое настроение и стоящее за ним политическое поведение отражает не только социально-политическую позицию конкретных людей, того или иного класса и социального слоя, но, кроме того, интересы развития всего человечества. Разумеется, эти им-

тересы далеко не всегда совпадают друг с другом. В этих случаях решающим будет наивысший, общечеловеческий интерес. При таком подходе ясны, по крайней мере, достаточно общие основы для классификации настроений.

Массовые настроения оцениваются по вызываемым ими политическим действиям. Последние же в принципе могут иметь либо позитивное (прогрессивное), либо негативное (реакционное) значение. Вопрос в том, по отношению к чему «позитивное», и к чему «негативное». Возможны, как минимум, три варианта: во-первых, по отношению к собственным интересам субъекта настроений; во-вторых, по отношению к конкретно-историческим интересам данной политической системы; в-третьих, по отношению к общечеловеческим интересам, которые могут видоизменять интересы системы. Еще недавно, например, советское общество противопоставляло свою политическую систему «буржуазной демократии». Сегодня точка зрения изменилась. Тем не менее, данная система координат, включающая шесть основных позиций, представляется удобной как для достаточно комплексной оценки одного и того же варианта массовых настроений, так и для создания комплексной типологии настроений в современном мире.

В целом, однако, наиболее продуктивным представляется, не фиксируясь на проблеме содержательных оценок (к сожалению, на практике до сих пор при подразделении политических феноменов доминируют простейшие оценочные классификации, деление на «хорошие» и «плохие» разновидности), рассматривать массовые настроения с функциональной точки зрения. Это означает их подразделение в зависимости от роли, которую они играют в конкретных политических процессах, и функций, которые выполняют. Такой путь позволяет уйти от содержательных оценок, которые носят противоречивый характер в сложных процессах, и сосредоточиться на оценках процессуальных, перейти от споров об оценке содержания тех или иных видов настроений к рассмотрению особенностей их функционирования в политических процессах.

При данном подходе использование содержательных типологий не исключается, однако они носят подчиненный характер. Строя функциональную модель влияния массовых настроений на тот или иной процесс, вполне допустимо при желании детализировать настроения по содержанию. В этом случае, однако, всякий раз необходимо оговаривать, с каких политических позиций осуществляется содержательная классификация. Ставя на первое место политико-психологическую функцию феномена массовых настроений, данный подход учитывает, что содержательно направленность настроений определяется их идеологическим оформлением. Соответственно, оценка зависит от совпадения или расхождения идеологических и политических позиций субъекта настроений, с одной стороны, и субъекта оценки — с другой. Для пропаганды преимущественной является содержательная оценка, для науки — функциональная.

Настроения обладают свойствами двоякого рода. С одной стороны, они являются психическим отражением реальной жизни, с другой же — развиваются по законам массовой психологии, оказывая влияние на реальность, изменяя жизнь. С одной стороны, они лежат в основе идеологии, а с другой — податливы идеологическому воздействию. В реальной политике оценка и выделение видов настроений обычно определяются тем, «за» и «против» кого они направлены. Но одно и то же событие, явление или процесс могут вызывать разную, подчас противоположную настроенческую

реакцию — все зависит от информированности людей и от того, кто и куда сумел направить существующую интенсивность, например, массового недовольства, придать ему нужную окраску и воспользоваться им.

В контексте функционального анализа главным вопросом является определение основных функций массовых политических настроений.

Основные функции массовых настроений

Первая функция — *сигнальная.* Политические настроения дают субъективную оценку степени удовлетворенности существующей общественно-политической системой в целом и предоставляемыми системой возможностями реализации тех или иных притязаний в частности. Сигнализируя о данных вещах, настроения выполняют функцию побуждения к политическому размышлению. На их основе формируется общественное мнение и политическое сознание. Настроения способствуют осознанию, выражению и проявлению массовых притязаний.

Вторая функция — *психологическая подготовка и формирование массового субъекта потенциального политического действия.* Как указывал Б. Ф. Поршнев, «настроение... само составляет и формирует общность» (Поршнев, 1966). Механизм понятен: распространяясь среди значительных множеств людей, обладающих сходными притязаниями и возможностями их реализации, настроения сплачивают этих людей, заражая переживанием общих проблем. Эмоциональное чувство общности пробуждает у отдельных индивидов ощущение принадлежности к этой общности. Появляющееся в результате ощущение силы неизбежно сопровождается готовностью реализовать данную силу и свои притязания, проявить себя.

Третья функция — *инициирование и последующее регулирование массового политического поведения.* Достигая определенной стадии развития, настроения неизбежно ведут к необходимости своего разрешения. Образно говоря, они должны во что-то «вылиться», приведя либо к достижению породивших их притязаний, либо к отказу от их достижения на какое-то время. И то, и другое достигается в действии. Настроения стимулируют те или иные сформированные ими общности к политическим действиям. Являясь непосредственной мотивирующей силой, они играют роль своеобразного «спускового крючка», как бы запускающего то или иное политическое действие. Тем самым, они выступают в качестве важного звена в реализации потребностей и интересов людей. Затем настроения регулируют поведение: в зависимости от их интенсивности, стадии развития, уровня выразительности будут наблюдаться спады и подъемы политических действий, будет развиваться политическая динамика.

Массовые политические действия начинаются на волне развития соответствующих настроений. Их пик совпадает с гребнем настроенческой волны. Спад политической активности практически всегда означает ослабление соответствующих настроений или их переход в латентное состояние, связанное с завершением одного «разового» цикла и паузой перед наступлением следующего. Обычно массовые настроения регулируют политическое поведение масс в соответствии с ощущением успешности или неуспешности реализации значимых для масс притязаний. Чем больше разрыв между притязаниями и возможностями их достижения, тем сильнее настроения и

активнее поведение. По мере уменьшения разрыва между потребным и реальным настроения успокаиваются, активность снижается.

Разумеется, и в данном случае речь идет лишь о самой общей схеме. В реальной жизни, особенно в экстремальных ситуациях, могут наблюдаться определенные отклонения. Например, бурная политическая активность, вызванная огромным разрывом притязаний и реальности, может заставить власти предпринять меры для существенного сокращения этого разрыва. Однако это может вызвать не умиротворение настроений, а напротив, желание «дожать до конца», добиться всеобъемлющей реализации притязаний или даже разрушить ту политическую систему, которая допустила кризисную ситуацию. Отклонения такого рода связаны с тем, что в ходе политических действий могут возникать и развиваться новые настроения. Так, в частности, настроение глубокого недовольства, поднявшее массы на политическую борьбу, может спадать по мере достижения успеха, реализации притязаний. Ему на смену, однако, может приходить другое настроение — эйфории, упоения от победы, «головокружения от успехов». И тогда это новое настроение будет, в свою очередь, стимулировать борьбу «до победного конца».

Подчеркнем самое существенное. Функциональный подход к типологии массовых настроений исходит, во-первых, из их разделения на политические и все остальные (функция побуждения к политическому поведению). Внутри можно выделять «сигнальные» настроения, «оценочные», «формирующие общность», «мотивационно-направляющие», «регулирующие политические действия» (с вариантами «активизирующих», «ослабляющих», «стабилизирующих») и т. д., — в соответствии с основными функциями настроений в целом.

Функциональные разновидности настроений

Функции массовых политических настроений достаточно многообразны. Однако главными из них являются три: 1) политико-психологическая оценка; 2) формирование субъекта политических действий; 3) инициирование и регуляция массового политического поведения. Эти функции взаимосвязаны и составляют целостный механизм политического поведения.

В соответствии с этим можно выделить три вида массовых настроений: 1) сигнально-оценочные настроения, лежащие в основе отношения к политической реальности; 2) настроения, формирующие потенциально-действенные общности, лежащие в основе массовых движений; 3) настроения, инициирующие и регулирующие массовое политическое поведение.

Так они выстраиваются в соответствии с психологической логикой: оценка — появление субъекта действия — само действие. В политико-психологическом отношении более адекватным представляется иной способ ранжирования, в соответствии с практической политической значимостью и очевидностью проявления настроений. Тогда на первом месте будет функция формирования субъекта потенциальных политических действий и, соответственно, настроения, формирующие потенциально-действенные общности (например, массовые движения). На втором месте — функция инициирования и регуляции массового политического поведения и соответствующие настроения (например, приводящие к модификации политической системы). На третьем — функция политико-психологической оценки и, соответственно, сигнально-

оценочные настроения, лежащие в основе отношения к политической реальности (например, развития «нового» политического мышления и его распространения в борьбе с мышлением «старым»).

-

Механизмы воздействия на массовые настроения

Рассматривая проблему учета массовых настроений в политике и воздействия на них в исторической ретроспективе, убеждаешься: столетиями укреплялся способ «управления сверху», когда малочисленные правящие круги использовали психологические механизмы массового поведения для осуществления своей воли. В игре на настроениях во многом строится политическая жизнь и современных государств. Другой способ управления обществом, лишь намечающий теоретически свои потенциальные возможности, — это управление, отражающее действительные интересы масс, следующее не искаженным в угоду отдельным слоям представлениям о выгодности или невыгодности тех или иных акций. Нельзя сказать, что этот идеал уже где-то реализован, но путь к нему постепенно становится яснее.

Имея в виду проблемы охраны государства, политического строя от инакомыслящих или, точнее, «инаконастроенных», еще Аристотель указывал, что начинать надо с анализа причин возникновения политических настроений вообще и оппозиционных в частности. Он писал: «Вообще повсюду причиною возмущений бывает отсутствие равенства, коль скоро это последнее оказывается несоответственным в отношении лиц, находящихся в неравном положении. И вот вообще для достижения равенства и поднимается возмущение» (Аристотель, 1911).

В основе настроений, по Аристотелю, лежат притязания и среди них главное - притязание на равенство. Управление настроениями — это управление желаниями, страстями людей через регулирование возможностей достигать желаемое. Исторические примеры, как уже было показано, демонстрируют весомую роль массовых настроений в одних политических ситуациях и, одновременно, их бессилие в других. Все зависит от социально-политических условий и конкретной ситуации. В тех случаях, когда на настроения удавалось воздействовать, средства манипуляции ими были одни и те же.

Игра на притязаниях

Для создания положительных настроений в политике всегда использовались обещания, воодушевлявшие массы и стимулировавшие энтузиазм. Исполнение обещаний (полное или частичное) обычно подкрепляло возникшие настроения. Для разжигания негативных настроений необходимо было продемонстрировать, что кто-то обманывает людей, не давая возможности реализовать свои устремления. Расхождение слова и дела всегда воспринималось людьми как предательство их потребностей, вызывало взрывы отрицательных настроений по отношению к тем, кто их обманывал, кто препятствовал достижению интересов людей. Аккумулируя исторический опыт, К. Гельвеции писал: «Реки не текут вспять, а люди не идут против быстрого течения своих интеррсов» (Гельвеции, 1937).

Точно нащупал механизм развития оппозиционных настроений Л. де Вовенарг, просветитель первой половины XVIII века: «Сильные мира сего совершают ошибку, полагая, что могут безнаказанно бросаться обещаниями и заверениями. Люди не терпят, когда их лишают того, что они мысленно уже считали в некотором роде своим. Их нельзя долго обманывать там, где речь идет о выгоде; особенно же они ненавидят оказываться в дураках». В общем виде секрет управления настроениями сводится, по де Вовенаргу, «к умению овладевать умами с помощью надежды на подлинные выгоды. Кто знает людей и хочет заставить их служить его намерениям, тот не уповает на такие легковесные приманки, как речи и посулы». Искренность в осуществлении обещанного — путь к овладению массовыми настроениями (Вовенарг, 1988).

Особую роль в управлении настроениями сыграла религия, начав широко использовать стратегический механизм воздействия, связанный с «отсрочкой» осуществления притязаний, который затем стал эксплуатироваться более поздними социально-политическими институтами. Убеждением и внушением религия формировала определенные притязания людей и одновременно отодвигала их осуществление на неопределенный срок. Средства достижения желаемого оказывались как бы независимыми от людей: этими средствами распоряжался некто, им неподвластный. От масс требовалось лишь послушно исполнять его волю, терпеть и выполнять определенные ритуалы в надежде на будущее вознаграждение. За счет такого механизма практически ликвидировались реальные основания для негативных настроений в земной жизни и создавались предпосылки положительных настроений в виде ожидания будущего блаженства. Это было взято на вооружение политиками. Но не случайно негативные массовые настроения, выливавшиеся в крестьянские бунты эпохи феодализма, имели в качестве психологического обоснования знаменитое: «Нету мочи терпеть». Всякому терпеливому ожиданию «исполнения желаний» рано или поздно наступал конец.

Тогда приходил конец власти «общественно» нормированных настроений, сменявшихся уже неподвластными социальному контролю настроениями негативными, в основе которых лежало превышающее адаптационные возможности человека расхождение между обещанным и условиями реальной жизни, которые приходилось терпеть. Несмотря на отдельные взрывы негативных настроений, общий механизм «настроенческой обработки» был достаточно совершенен. Уже тогда массы, в частности, успокаивали не исполнением обещаний, а появлением новых устроителей их жизни, не осуществлявших, а лишь подтверждавших и в очередной раз откладывавших «отсроченные притязания».

Отсюда понятна, например, вековая вера русского народа в «доброго царя». Эта вера помогала как властям, так и их противникам. Так, Е. Пугачеву она помогла стать вождем восстания, поскольку крестьянским массам была доступнее вера в «хорошего царя», чем в жизнь, которую они должны строить сами. То же многократно использовали различного рода самозванцы и представители оппозиционных кругов, преследуя свои цели.

Вклад XX века в совершенствование средств воздействия на настроения определяется в первую очередь развитием средств массовой коммуникации, средств тиражирования идеологической продукции. Основные механизмы остались прежними, но формы усовершенствовались: ускорилось формирование стремлений и желаний людей.

Так, в любой предвыборной кампании средства массовой коммуникации, политическая реклама быстро доводят до массовой психологии, что кандидат, организация, партия помогут осуществиться их притязаниям, и люди спешат проголосовать, по сути дела, за исполнение своих желаний. Теми же средствами осуществляется поддержание уверенности в том, что желания и устремления выполняются или, во всяком случае, будут выполнены «в ближайшее время». Ощущая нарастающую зависимость своей деятельности от настроений масс, политические лидеры не столько подчиняются настроениям, сколько учитывают их в своей деятельности и манипулируют ими, играя на желаниях и стремлениях масс.

Так, пытаясь придать устойчивость благоприятным для себя настроениям, Р. Рейган, как отмечал X. Смит, «возродил у американцев большие надежды». Заявив о «полученном им мандате от американского народа» на эксперимент с консервативным курсом, он обещал, что в стране все снова «станет прекрасным, в ней будет сбалансирован бюджет, безработные получат работу, будет достаточно энергетических ресурсов, правительство станет меньше вмешиваться в жизнь общества и тормозить частное предпринимательство, инфляция сойдет на нет» и т. п. Рейган утверждал, что знает, «как перевести стрелки часов назад» и вернуть Америке ее былой престиж на мировой арене, как «сбросить правительство со спины народа», возродить «дух оптимизма в стране», который обновит не только Америку, но и самих американцев (Smith, Claymer, 1980). Аналитики отмечали, что главным преимуществом Рейгана-президента стало то, что «большинство американцев пойдет за ним по избранному пути, поскольку, как говорил сам Рейган, "это единственный путь, по которому они хотели бы пойти"» («The Future...», 1981).

Такие методы продолжают приносить плоды, даже будучи скомпрометированными. Напомним, что Дж. Картер, преследуя ту же цель — воздействовать на массовые настроения, — обещал в своей инаугурационной речи «вернуть американцам веру в свое правительство». Лозунг Картера — «правительство, достойное своего народа» — помог создать так называемый «климат завышенных ожиданий». С этим лозунгом Картер добился поддержки, но ненадолго. Невыполнение обещаний привело к смене настроений и падению его популярности. Когда она упала до самых низких показателей, президент обвинил американцев в нереалистичности требований, которые они предъявляют к главе Белого дома, а в конце срока своего президентства, чтобы уменьшить негативное отношение к себе, начал выступать за «снижение уровня ожиданий общества от президента»[1].

Проблема осуществления притязаний

Если «Картер содействовал падению своей популярности, обещая сделать больше, чем мог» (Wayne, 1980), то Рейган привел ситуацию к тому, что «американский народ недоволен и республиканским, и демократическим правительством, смена их в Белом доме не помогает стране решать самые насущные проблемы» (Miller, 1982). Будучи

[1] Проблема «общенационального климата завышенных ожиданий от президента» анализируется в известной книге Дж. Барбера. См.: *Barber I. D.* The Presidential Character: Predicting Performance in the White House. N. Y., 1977. Анализ характера воздействия Дж. Картера на массовые настроения см.: *Harzik E. B., Dobson M. L.* Public Expectations and Presidency: Barber's «Climate of Expectations» Examined // Presidential Studies Quarterly. 1982. Vol. 12. № 4. P. 485-490.

не в силах быстро решить их, элита прибегает к изощренным приемам[1]. Для этого активно используются и социально-экономические, и политические акции, и чисто надстроечные механизмы[2]. Не останавливаясь на их анализе, отметим, что способы воздействия на настроения остаются прежними: кроме манипуляция притязаниями, это возможности (мнимые и реальные) их осуществления.

И в нашем обществе долгие годы господствовал манипуляторский подход по отношению к массовым настроениям. Начиная с середины 20-х годов XX века, после завершения революционного периода с его вниманием к настроениям и всей психологии масс, власти начали либо жестко предписывать настроения, либо подавлять их. Вот слова из выступления А. А. Жданова на Первом всесоюзном совещании рабочих и работниц-стахановцев: «Но мы крепко по этим настроениям ударили, одернули, призвали к порядку... дали им понять, что партия не остановится ни перед чем»[3].

Осуществлялось двойственное воздействие на массовые настроения. С одной стороны, проводилось пропагандистское взвинчивание притязаний для поддержания «социалистического энтузиазма». Не имея возможности подкреплять притязания достижениями, возможностями реализации, пропаганда шла на фальсификацию, на искусственное раздувание успехов, якобы соответствующих притязаниям. С другой стороны, репрессивный аппарат убирал инаконастроенных.

В основе манипуляторского подхода лежит нежелание считаться с массовыми настроениями, ставка только на нормативные, «общественные» настроения. До сих пор слышны отголоски этого: «настроение... не может ни рассматриваться как надежный и полноправный партнер органов государственного управления, ни тем более обладать по отношению к ним какой-либо директивностью». Автор «предупреждает» о возможных опасных для власти проявлениях настроений: «Специфика настроения такова, что оно зачастую импульсивно, подвержено неоправданным колебаниям, порой основывается на неверной информации, на предрассудках, бывает недостаточно ответственным и адекватным». Сказанное справедливо, однако вывод вызывает сомнения: он строится не по принципу «снизу вверх», от настроений масс к политическому решению, а наоборот. Массовое настроение «обладает огромным энергетическим потенциалом, который — в случае его совпадения с политической линией либо управленческой стратегией — может, в конечном счете, обеспечить успех всего дела». В таком контексте массовые настроения (как, впрочем, и общественное мнение) «являются объектами воздействия системы государственного управления» (Оболонский, 1989).

Итак, с одной стороны, воздействие на настроения идет через формирование потребностей и интересов, притязаний людей, с другой — через создание возможностей для реализации притязаний и ожиданий. Целенаправленное формирование завышенных ожиданий и неосуществимых притязаний приводит к массовому недовольству,

[1] Подробнее об этом, например, см.: *Henderson A. H.* Social Power. Social Psychological Models and Theories. N.Y., 1981.

[2] См.: *Williams R.* The Sociology of Culture. N. Y., 1982; Mass Media and Social Change. Beverly Hills, 1981; Public Communication Campaigns. Beverly Hills, 1981; *WestCh. K.* The Social and Psychological Distortion of Information. Chicago, 1981; и др.

[3] См.: *Ольшанский Д. В.* Слова, слова, слова... Гласность и массовое сознание общества. //Литературное обозрение. 1989. № 8. С. 78-82.

что может повлечь социально опасные последствия. Сдерживание притязаний в определенных рамках, напротив, стабилизирует настроения, придавая им реалистичность, не допуская слишком большого отклонения массовых политических настроений от нормативных общественных.

Целенаправленное воздействие на реальные возможности удовлетворения потребностей и притязаний также носит двоякий характер. Например, лишение того или иного правительства экономической или продовольственной помощи обычно провоцирует появление оппозиционных, антиправительственных настроений. Наоборот, поддержка тех или иных режимов извне способствует экономическому, в первую очередь, обеспечению их программ и обещаний, поддерживает создаваемые ими притязания, развивая настроения в пользу данных правительств.

В вопросе управления массовыми настроениями логически возможны два подхода, дополняющие и обогащающие друг друга:

1) через воздействие на сегодняшние настроения влиять на перспективы политичес кой реальности; через сегодняшнюю психологию идти к завтрашней действитель ности;
2) через сегодняшнюю действительность влиять на завтрашние настроения масс; через нынешнюю общественно-политическую данность воздействовать на ту пси хологию людей, которая сыграет роль в будущем.

Нет смысла в поисках того, какой «ход» более эффективен, — настоящее и будущее, реальность и психология связаны неразрывно. Влияние на людей через управление пропагандой, формирование слухов и других аналогичных явлений вместе с управлением реальными условиями жизни дают один результат: изменение потребностей и возможностей их реализации, т. е. изменение настроений и, через них, объективных реалий жизни.

Прогнозирование массовых настроений

Любая концепция имеет смысл, когда лежащие в ее основе рассуждения позволяют осуществить практические подходы к решению проблемы. Когда исследование обращено не только к прошлому или настоящему, но и к будущему, к прогнозу особенностей развития тех настроений, которые могут вырасти из существующих предпосылок. С учетом, естественно, приемов и методов управления таким развитием.

Разумеется, трудно ждать детального описания будущих настроений масс. Ни один теоретический прогноз не может учесть всего множества факторов, влияющих на психику людей. Важнее другое — понимание механизмов возникновения вероятных в будущем ситуаций и настроений. Оно должно вытекать из анализа тех тенденции и предпосылок, которые наблюдаются уже сейчас. Весь ход рассуждений подводит к тому, что прогнозы настроений должны строиться с учетом пяти основных позиций.

Во-первых, *инвентаризация существующих настроений* и установление их направленности. О последней можно судить по степени совпадения или, напротив, рас-

хождения реальных настроений с нормативно-«общественными». За счет этого настроения делятся на про- и антисистемные. Оценивается и степень социально-психологического единства общности.

Во-вторых, *оценка содержания доминирующих настроений.* Настроения оцениваются как с точки зрения конкретной политической ситуации, так и с общечеловеческих позиций. В первом случае, главное — интересы системы, во втором — общечеловеческие интересы.

В-третьих, *причины возникновения настроений.* Выясняется их связь с конкретными притязаниями той или иной общности и возможности удовлетворения. И притязания, и возможности удовлетворения оцениваются с точки зрения как сегодняшнего дня, так и будущего.

В-четвертых, *стадия развития настроений в настоящий момент.* Оцениваются степень их выраженности и интенсивность. При принятии решений политического характера особенно значима оценка вероятности перерастания настроений в массовые политические действия.

В-пятых, *широта охвата, степень массовости настроений* в изучаемый период и перспективы их распространения во влиятельных политических группах и слоях населения.

Целенаправленный анализ по названным позициям позволяет оценить три наиболее важных в практическом отношении момента: 1) вероятность перерастания настроений в политические действия людей; 2) характер этих действий, их содержание и направленность; 3) их масштабы и, в соответствии с этим, возможные политические последствия. На основе оценок данных параметров можно переходить к вопросу прогнозирования развития массовых настроений, его трудностях и возможностях их преодоления.

Прогнозирование на «проблемных сетях»

Прогноз перспектив развития тех или иных массовых настроений должен включать рассмотрение максимально возможного числа влияющих факторов. Это и представляет главную сложность, считающуюся едва ли преодолимой. Арсенал наработанных и обычно используемых в политических исследованиях методов не дает достаточной основы для решения вопроса[1].

Некоторые возможности предсказания развития таких феноменов, как массовые настроения, содержатся в разработанном С. А. Петровским методе прогнозирования на так называемых «проблемных сетях». В частности, метод показал определенные достоинства при рассмотрении целого ряда политических и экономических вопросов в международных отношениях[2]. Его суть в том, что рассматривается не конкретная

[1] Например, см.: *Кокошин А. А.* Прогнозирование и политика. Методология, организация и использования прогнозирования международных отношений во внешней политике США. М., 1975; *Сергиев А, В.* Предвидение в политике. М., 1974; Теоретико-методологические проблемы социального прогнозирования и социального проектирования в условиях научно-технического прогресса. М., 1986; и др.

[2] См.: Комплексное прогнозирование в экономике и международных отношениях. Вып. 1. М., 1975; Комплексное прогнозирование в экономике и международных отношениях. Вып. 2. М., 1976; Прогнозирование на проблемных сетях. Вып. 1. М., 1981.

ситуация, а достаточно широкая «проблема», имеющая конечное число возможных решений — «состояний». Последние зависят, в свою очередь, от некоторых состояний других «проблем», выступающих в качестве «факторов», влияющих на возможные состояния центральной проблемы. Максимально возможная совокупность таких факторов, каждый из которых имеет свои состояния (что зависит уже от влияющих на него проблем), образует «проблемную сеть». Сеть создается комплексной исследовательской группой и выносится на суд экспертов, задачей которых является оценка вероятности тех или иных состояний различных факторов и, в целом, определение наиболее вероятного состояния прогнозируемой проблемы.

Исходя из общей методологии подхода, наиболее адекватной задачей прогнозирования массовых настроений представляется разработка базовых социально- и политико-психологических сценариев возможного будущего, вытекающих из проблемно-сетевого принципа. Такие сценарии строятся по принципу «если..., то...» и представляют собой принципиальную причинно-следственную схему функционирования настроений в политических процессах. Схематично это выглядит так: «если исходные условия будут такими-то, то массовые настроения среди интересующих групп населения, скорее всего, будут развиваться так-то, что наиболее вероятно приведет к следующим последствиям...».

«Сценарии» такого типа обычно строятся по принципу аналогий. Его суть в нахождении определенного «плацдарма прогноза», своего рода «полигона», на котором можно проследить действие аналоговых факторов, исторические последствия которых уже известны. Осуществление этого принципа позволяет экстраполировать известное прошлое и настоящее на неизвестное пока будущее, естественно, с поправкой на время.

Анализ позволяет вычленить факторы и механизмы, действовавшие в аналоговом «полигоне» в определенной исторической ситуации: массовые притязания и ожидания людей; возможности их удовлетворения; средства воздействия на настроения, используемые теми или иными политическими силами, и др. Затем осуществляется проверка прогностической силы выделенных механизмов на материале «сегодняшней истории», изучается современная политико-психологическая реальность. Если отдаленно исторический и сегодняшний «полигоны» подтверждают выводы, то возможен этап специального прогностического анализа.

На этом этапе разрабатываются уже достаточно конкретные сценарии будущего по аналогии с полученными в результате двух предшествующих стадий принципиальных, базовых схем и сценариев прошлого. Выделяемые по принципу «если..., то...» факторы выступают в качестве детерминант и одновременно показателей вероятности тех или иных вариантов. Вклад таких показателей в общую картину может быть различным, но по совокупности вкладов можно построить достаточно надежную, хотя только вероятностную картину будущего. Каждый фактор, будучи одной из составляющих комплекса массовых настроений, сам может развиваться в разных направлениях, т. е. является величиной переменной. Совокупность таких переменных и образует особый тип «проблемной сети», рисующий возможные (проверенные на аналогах) будущие ситуации. Такая «сеть» может играть роль постоянно действующего инструмента, позволяющего вносить новые и исключать потерявшие актуальность переменные при компьютерном моделировании.

Прогностический анализ такого типа носит долгосрочный характер. Подчеркнем: это не прогноз в традиционном представлении. Это прежде всего вспомогательный инструмент размышлений о возможном будущем, средство прогностического анализа. Степень точности и однозначности выводов всегда будет ограничена сложностью предмета и возможностью познания влияющих на него факторов. Отсюда и следует скорее концептуально-теоретическое, чем конкретно-политическое значение этого инструмента. Хотя первое не исключает второго: в отдельных ситуациях использование данного подхода дает возможность получать и оперативную прогностическую информацию. Его практическое применение, в частности, дало нам возможность спрогнозировать некоторые уже подтвердившиеся варианты развития массовых настроений[1].

В целом проблема прогнозирования массовых настроений достаточно сложна. Те традиционные «прикидочно-интуитивные» приемы, которые использовались раньше, показали свою неадекватность. Примером тому стало, в частности, развитие событий в СССР и восточно-европейских странах в конце 1980-х — начале 1990-х гг. Косвенные приемы, типа прогнозирования настроений на основе опросов общественного мнения, оказываются не всегда адекватными: они судят лишь об уже существующих настроениях, проявляющихся в динамике общественного мнения. Сегодняшнее состояние проблемы характеризуется дальнейшим поиском прогностических подходов. Ясно, что адекватное прогнозирование должно быть связано с социально-политическим проектированием и воздействием на массовые настроения.

Основные выводы

1. Современная наука понимает массовые настроения как особые психические состояния, каждое из которых можно определить как однородную для достаточно большого множества людей субъективную, сложную аффективно-когнитивную реакцию, отражающую три основных момента: степень удовлетворенности общими социально-политическими условиями жизни; оценку возможностей реализации своих социально-политических притязаний; стремление к изменению условий ради осуществления этих притязаний. Природа настроений проявляется в том, что они становятся заметными при расхождении двух факторов — притязаний (ожиданий) людей, связанных с общими для значительного множества людей, массовыми потребностями и интересами, с одной стороны, и реальных условий жизни — с другой. Это специфическая реакция на рассогласование потребного и наличного. При их совпадении массовые настроения практически отсутствуют. Преобладание наличного над потребным гарантирует позитивные настроения. Напротив, чем заметнее разрыв, «ножницы» между желаемым и доступным, тем сильнее негативные настроения.

[1] См.: *Ольшанский Д. В.* Афганистан на рубеже национального примирения: борьба за расширение социальной базы революционной власти (политико-психологический и страноведческий очерк). // Ислам и политика. Вып. 5. М., 1988. С. 80-100; *Ольшанский Д. В.* Польша: массовые настроения на этапе национального примирения. М., 1989.

2. Субъектом массовых настроений является масса как совокупность людей, спло ченных общими настроениями. Первоначально возникая в конкретных группах и слоях общества, настроения быстро распространяются, легко формируя специфи ческие по своим характеристикам массы в качестве субъектов тех или иных на строений. В самом конкретном виде это толпа или публика, в более широком - например, «средние слои», в экстремальном — большинство населения, охвачен ное однородным настроением.
3. В основе развития массовых настроений лежат взаимооотношения двух факторов: объективного, предметного (реальная действительность) и субъективного, психи ческого (разные представления людей о реальной действительности, различные ее оценки в свете разных интересов и потребностей). Развитие настроений, как правило, носит циркулярный характер, напоминающий «эмоциональное круже ние». Цикл развития настроений включает стадии их зарождения («брожение»), кристаллизации, действенного разрешения и угасания. Спустя время, при сохра нении предпосылок, цикл может воспроизвестись вновь, начинаясь с нового подъема настроений. Динамика настроений связана со сменой их направленнос ти и интенсивности, с нарастанием уровня их экспрессивности.
4. Многообразие и динамичность массовых настроений затрудняют их классифика цию. На практике обычно используется оценочный принцип, основанный на кон кретной политической квалификации встречающихся настроений, несущий боль шую идеологическую нагрузку. Более продуктивным является функциональный подход. Не фиксируясь на конкретных оценках, он вскрывает реальную роль и влияние тех или иных настроений в социально-политических процессах, опреде ляя их функции. Среди основных функций массовых настроений выделяются: 1) функция формирования субъекта потенциальных политических действий — ей соответствуют настроения, формирующие потенциально действенные общности; 2) функция инициирования и регуляции массового поведения — ей соответству ют настроения, мобилизующие массу и побуждающие к конкретным действиям; 3) функция социально-психологической оценки — ей соответствуют оценочные настроения, определяющие общее отношение к окружающей социально-полити ческой реальности.
5. Возможности воздействия на массовые настроения лежат в двух плоскостях. С од ной стороны, виртуальное (пропагандистское, идеологическое, рекламное и т. п.) влияние, цель которого — манипуляция притязаниями и ожиданиями масс. С дру гой стороны, реальное (социальное, политическое, экономическое и т. п.) влияние, цель которого — изменение возможностей реализации притязаний и ожиданий. Стабилизация настроений достигается за счет достижения соответствия между притязаниями и возможностями их достижения. Отставание возможностей реа лизации притязаний вызывает рост недовольства. Совпадение притязаний и воз можностей их реализации, а тем более преобладание последних обеспечивают массовый энтузиазм, причем независимо от того, реальным или иллюзорным яв ляется такое совпадение.
6. Прогнозирование развития массовых настроений осуществляется через создание специализированных сценариев будущего на основе проблемно-сетевого метода, по принципу «если..., то...». Такие сценарии наиболее адекватны для долгосроч ного прогнозирования будущего. В отдельных случаях, однако, они дают и опера тивную прогностическую информацию.

Глава 2.4

Массовые настроения **в революциях, контрреволюциях и «перестройках»**

Динамика массовых настроений в Чили (70-е-80-егг.). Ш Массовые настроения и хомейнистская революция в Иране. Ш Массовые настроения и «перестройка» в СССР.

Наиболее очевидным результатом функционирования массовых настроений в политических процессах является изменение политической системы. Можно спорить со многими взглядами сторонников теории элит, однако трудно не согласиться хотя бы с первой частью афористичного высказывания западногерманского политолога П. Бараха: «Массы, а не элиты становятся потенциальной угрозой для системы, и элиты, а не массы являются ее защитником» (Barach, 1970).

Однако массы, сформированные теми или иными настроениями, часто оказываются не просто потенциальной угрозой для политической системы, а реальным фактором, вызывающим модификацию системы в определенном направлении[1]. Это происходит вследствие тех или иных политических действий, в результате осуществления главной функции настроений — инициирования и регуляции политического поведения.

Исходя из самого общего определения социально-политической системы (например, как «системы государственных и негосударственных социальных институтов, осуществляющих определенные политические функции» (Чехарин, 1983), или как «классового образования, обеспечивающего существование общества как единого организма, централизованно управляемого политической властью» (Бурлацкий, Гал-

[1] В принципе роль настроений в модификации политической системы признается достаточно важной многими исследователями. Так, Н. И. Калашников упоминает о значении настроений в новейшей истории Таиланда. После того как в результате массовых демонстраций в октябре 1973 г. был свергнут диктаторский режим, начался процесс демократизации. Однако затем стал возможен переворот, которому предшествовала «спекуляция на религиозных чувствах и монархических настроениях крестьянских масс» *{Калашников Н.* /-/.Некоторые особенности политической культуры в развивающихся странах (на примере Таиланда). // Мирное сосуществование и социально-политическое развитие. Ежегодник советской ассоциации политических наук, 1976. М., 1977. С. 80. Однако целенаправленно механизмы влияния массовых настроений на процессы модификации политической системы не исследовались.

кин, 1985)), будем понимать под процессами модификации такой системы изменение институтов и функций политического управления. Реально это перемены в государственном устройстве, связанные с формой правления, с модификацией политического режима. Как было показано выше, массовые настроения оказывают значительное влияние на такие изменения. В данной главе подобное воздействие исследуется на конкретных примерах переходов от демократического парламентского режима к авторитарной военной диктатуре и движение в обратном направлении (Чили), от монархии к «исламской республике» (Иран), а также на примере политических реформ в бывшем СССР, направленных на создание правового государства на базе гражданского общества («горбачевская перестройка»).

Динамика массовых настроений в Чили (1970-е—1980-е гг.)

После того как в марте 1990 г. в Чили состоялась официальная передача власти, осуществился переход от диктатуры к демократии и были расставлены основные акценты в политических оценках, наука получила новый дополнительный импульс для объективного анализа того, что же произошло в этой стране в интервале с 1970 по 1990 г. Основные этапы развития событий в Чили в 70-е—80-е гг., как и их истоки, уже были достаточно детально описаны в специальной литературе[1]. Отсылая к ней читателя, остановимся лишь на одном специфическом аспекте этих событий: на динамике массовых настроений и их влиянии на модификацию политической системы.

Как известно, изменения этой системы в указанный период происходили достаточно интенсивно и были разнонаправленными. Во многом это было следствием нестабильной массовой психологии чилийского общества. Как известно, большинство перемен в социально-политической жизни Чили было связано с незначительным перевесом тех или иных сил, что определялось именно колебаниями настроений. Последние, нося неустойчивый в целом характер, склонялись то в одну, то в другую сторону, что влекло за собой серьезные изменения в политике.

Притязания С. Альенде

Напомним, что на президентских выборах 1970 г. С. Альенде не набрал необходимого большинства голосов для того, чтобы автоматически стать президентом. Он всего на 1,5 % обошел представителя правых сил. По закону, этого было недостаточно для прямого общенародного волеизъявления. В результате выбор между двумя кандидатами делался Национальным конгрессом и также носил далеко не единодушный характер. Тем не менее в результате к власти в стране пришли новые силы.

[1] Отметим лишь некоторые из фундаментальных работ: *Королев Ю.* Я.Чилийская революция. М, 1982; *Королев Ю.Н.,КудачкинМ. Ф.* Латинская Америка: революции XX века. М., 1986; *Кудачкин М.* Ф.Чили: борьба за единство и победу левых сил. М., 1973; *Кудачкин М. Ф., Борисов А. В., Ткаченко В. Г.* Чилийская революция: опыт и значение. М., 1977; Уроки Чили. М., 1977, и мн. др.

Влияние левых в Чили в этот момент определялось тем, что предыдущее правительство не сумело реализовать тех привлекательных притязаний, которые само же сформировало у значительных слоев населения. Левые силы сумели воспользоваться возникшим недовольством и, в свою очередь, обещали осуществить те притязания, которые переживались массами. В 1970 г., когда они пришли к власти, настроения недовольства прежним правительством сменились настроениями новых надежд, быстро достигших своей наивысшей возможной в то время и в тех условиях точки[1].

Вера в возможности значительного улучшения жизни, прежде всего в экономической сфере, притязания людей на такую жизнь сформировались под воздействием неудовлетворявшей их реальности, и предвыборные обещания левых сил усилили эти притязания. Однако любое правительство, придя к власти, вынуждено руководствоваться не столько предвыборными декларациями, сколько реальным положением дел в доставшейся по наследству экономике. Правительство С. Альенде не было исключением. Реальная экономика не позволяла выполнить обещанное. В стране вновь стало возникать недовольство, новые антиправительственные настроения. Известным фактом, неоднократно признававшимся, например, руководителями чилийской компартии, является то, что ее лидеры вовремя не заметили, насколько в массах изменилось настроение и упала вера в возможности левых сил.

Политико-психологический просчет левых сил заключался, в частности, в том, что они переоценили терпение обывателя. Оно же оказалось недолгим. И его следствием была, среди прочего, пресловутая «демонстрация домохозяек» перед президентским дворцом, участницы которой, стуча в кастрюли, требовали немедленных и кардинальных улучшений экономического положения. Конечно же, нельзя сбрасывать со счетов тот факт, что последующие события были во многом спровоцированы, а затем и просто организованы американскими оппонентами режима Альенде[2]. Однако трудно организовать что-то на пустом месте. Социально-психологической основой путча Пиночета были те настроения недовольства обывателя, которые, в частности, недооценили чилийские коммунисты. Пиночет использовал эти настроения и пришел к власти с требованием перемен консервативного, праворадикального характера, с требованием дать реальные возможности для осуществления притязаний и ожиданий народа. Произошел переход от лево-демократического парламентского режима к авторитарной военной диктатуре.

Достижения А. Пиночета

Не будем останавливаться на методах и средствах, с помощью которых Пиночет осуществил переворот, — они известны, как известна и их отрицательная оценка со стороны большинства человечества. В исследуемом контексте отметим, однако, тот факт, что путч произошел на волне определенных, достаточно массовых настроений. Без них такая модификация политической системы была бы едва ли возможна.

[1] См.: *КорваланЛ.* Путь победы. М., 1971.

[2] Подробный анализ внешнего стимулирования оппозиционных массовых настроений через средств массовой информации см.: *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием. М., 1980. С. 294-305. Послесловие і этой книге так и называется: «Чили: коммуникационная политика реформ и контрреволюция».

В результате переворота Пиночету удалось добиться определенной стабилизации массовых настроений, направив их в свою пользу. Прежде всего речь идет о настроениях «средних слоев». С самого начала были включены два механизма воздействия на эти настроения. С одной стороны, произошел определенный подъем жизненного уровня: многие (прежде всего экономические) притязания стали реальнее, чем прежде. Динамичное развитие экономики показало людям возможности реализации этих притязаний. С другой стороны, снизились некоторые другие притязания — в частности, в политической, социальной и духовной сферах. Это обычно всегда происходит при жесткой диктатуре, к тому же целенаправленно занимающейся дискредитацией «коммунистических утопий».

Первое время, с помощью возобновления иностранной, прежде всего американской, экономической помощи (а ее прекращение сыграло не последнюю роль в падении правительства Альенде — оно способствовало все большему разрыву притязаний людей с «реальностью магазинов» и в итоге привело к взрыву настроений недовольства), Пиночету удалось несколько уменьшить разрыв между «желаемым» и «доступным» и добиться спада настроений недовольства, а следовательно, определенной поддержки у обывателя, который, к тому же, был напуган как «красными», так и репрессиями самого Пиночета. С особым энтузиазмом военный переворот 1973 г. поддержали представители «средних слоев»[1]. Это понятно — ведь обширная сеть государственных промышленных предприятий и сферы услуг была продана новой властью частным владельцам. В их руки перешли почтовая служба, телефонная связь, большая часть национализированных ранее левыми предприятий. К этому необходимо добавить многочисленные кредиты международных банков, значительно улучшившие экономическую ситуацию. С учетом подобных инъекций, в целом в начальный период правления Пиночета экономический рост составлял 5,4 % в год. На национальные нужды тратилось 56-57 % бюджета. Тем самым был достигнут самый высокий уровень жизни в Латинской Америке.

Однако такая ситуация не могла продолжаться долго. Экономическое положение стало меняться. Первый, относительно кратковременный спад наметился в 1976-1977 гг., и сразу же появилось широкое недовольство правлением Пиночета. Он справился с такими настроениями, усилив репрессии. Помогло и то, что с 1978 г. начался новый подъем экономики, который снизил интенсивность массовых настроений, и направил их если не в пользу Пиночета, то, во всяком случае, и не в пользу его противников.

Ситуация изменилась вновь с наступлением 80-х гг., в частности, в 1983 г., считающемся годом подъема оппозиционных настроений в Чили. Проявилось действие того же психологического механизма. Правительству не удалось сохранить баланс между притязаниями людей и возможностями их реализации. С начала 80-х гг. доход на душу населения в стране стал снижаться и постепенно упал на 12 %, тогда как уровень потребления возрос лишь на 3 %[2].

На фоне внешне демонстрируемого благополучия резко усилилось психологическое расслоение общества. Проявлялось оно прежде всего в динамике оппозиционных

[1] За рубежом, 1983, № 21. С. 9.

[2] См.: Литературная газета, 1988, 21 декабря.

режиму массовых настроений. Так, второй День национального протеста 14 июня 1983 г., прошедший под лозунгом «Хлеба, справедливости, работы, свободы!», всерьез потряс правящий режим. Симптоматично, что в этот момент экономические и продовольственные требования занимали ведущее место, социально-политические же носили как бы вторичный, компенсирующий характер («если нет хлеба и работы, дайте хотя бы справедливости и свободы»).

На этом этапе режиму удалось справиться с настроениями за счет умелого лавирования. Так, в частности, пытаясь как-то успокоить массовое недовольство, правящие круги неоднократно пытались уменьшить возникший разрыв между притязаниями и экономической реальностью, идя на определенные уступки и обещая различные перемены. В конце 1983 г. на политической сцене Чили появился «запасной кандидат» в диктаторы — А. Харпа. Начались переговоры между хунтой и Демократическим альянсом — крупнейшей оппозиционной режиму силой. Одновременно были приняты меры к облегчению положения некоторых слоев мелкой и средней буржуазии. Харпа обещал реформы. Целью было оторвать от оппозиции часть христианских демократов — разношерстной по составу партии, опирающейся прежде всего на «средние слои», перенести диалог с улиц в кабинеты и там решать судьбу страны. Продолжавшиеся акции массового протеста не дали осуществиться этому плану, но показали приемы борьбы за настроения обывателя.

Крах А. Пиночета

Влияние массовых настроений на политическую систему еще больше подтверждается дальнейшим ходом развития событий в Чили. Так, 1 марта 1984 г. жители г. Пунта-Аренас, «рабочие-нефтяники, студенческая молодежь, представители других слоев населения вышли на улицы, чтобы выразить решительный протест против приезда туда.... Пиночета, против его антинародной политики, которая привела к неслыханному росту безработицы, голоду и нищете»[1].

По мнению многих аналитиков, массовые демонстрации протеста были вызваны главным образом плачевным состоянием чилийской экономики. Период подъема сменился самым острым экономическим кризисом со времен «великой депрессии» 30-х гг. В 1982 г. валовой национальный продукт сократился по сравнению с предыдущим годом на 14 %, и улучшений не ожидалось. В шесть раз — до 30 % активного населения — увеличилось число безработных. Только в Большом Сантьяго около 380 тысяч человек не имело работы, и эта цифра не учитывала «полубезработных» (числящихся на работе по так называемым «плану минимальной занятости» и «плану обеспечения работой кормильцев семей» — такие люди получали от 27 до 55 долларов в месяц при официальной минимальной зарплате в 83 доллара; «полубезработные» составляли в 1983 г. в Чили 40 % активного населения). К 40 % приблизился уровень инфляции. Внешняя задолженность по иностранным займам составила к лету 1983 г. 19 млрд. долларов, и погашать ее было нечем. Росла и задолженность частных предприятий, убытки чилийских банков в полтора раза превысили их капитал. Следствием этого стали 810 банкротств, зафиксированных в 1982 г. В 1983 г. было уже около

[1] Цит. по: За рубежом, 1983, № 25.

1000 банкротств[1]. Подчеркнем, что и эти данные занижены. Лондонская «Таймс» определяла ситуацию как «самую низшую точку спада, при которой дальнейшее падение уже невозможно»[2].

Неблагоприятная экономическая ситуация вызвала массовый подъем настроений, направленных против политической системы диктатуры. Экономические неурядицы породили недовольство в социальных слоях, ранее поддерживавших режим. «Нас обманули», — так прокомментировал сложившееся положение один из бывших министров Пиночета[3]. Земледельцы, мелкие и средние предприниматели, обескровленные политикой «открытых дверей», засилием доллара и высокими учетными ставками, введенными США, крупные торговцы и промышленники, зажатые в тиски экономическим спадом, банкиры, чьи банки оказались вдруг государственными, — все стали считать себя жертвами правительственной политики.

Вывод ясен: настроения недовольства сами по себе не определяют направленность и характер борьбы. Нельзя по накалу борьбы судить об уровне сознания борющихся. В данном случае очевидно, что настроения недовольства могут быть повернуты как в одну сторону (1970 и 1983 гг.), так и в противоположную (1973 г.). Весной 1983 г., как и десять лет назад, в ряде пригородов Сантьяго домохозяйки вышли на улицы, гремя кастрюлями, а водители автомобилей поддержали их продолжительными гудками[4]. Требования были те же, но их содержание — противоположным.

Следствием развития настроений такого рода, испытывавших и подъемы, и определенные спады, стали итоги общенационального референдума 1988 г., который вынес приговор политической системе диктатуры. Настроения недовольства выросли и распространились настолько, что против Пиночета проголосовало более 50 % участников референдума[5].

«Диктатуру свергла ее экономическая политика. Трудящиеся требуют немедленного ухода Пиночета и повышения заработной платы», — таково было мнение чилийской печати[6]. Пиночет в определенный момент потерял возможность дать большинству народа достичь обещанного. В ответ на это массы проголосовали против него и диктатуры.

Дальнейшее развитие событий было достаточно любопытным. Начавшиеся после референдума политические преобразования (введение ряда поправок к конституции и т. д.) совпали с очередным экономическим подъемом. Так, достигшая после кризиса 1982 г. 30 % безработица упала к концу 1989 г. до 6 %. Темпы развития вновь стали самыми высокими на континенте. Однако теперь уже большинство населения связы-

[1] Цифры приводятся по: За рубежом. 1983. № 25.

[2] Цит. по: Правда, 1984, 14 марта.

[3] См.: Crise economique, politique, sociale et culturelle. Le Monde, 1983, juillet 25.

[4] Данное сообщение агентства Рейтер. // За рубежом. 1983. № 21.

[0] Отметим, однако, что лишь немногим меньше половины участников голосовали за Пиночета. Это свидетельствует о крайне сложной, почти уравновешенной ситуации в чилийском обществе: вновь, как и в 1970 г., значительные политические изменения определяются незначительным в целом перевесом одних настроений над другими. Одновременно это демонстрирует значительную роль фактора настроений в модификации политической системы: даже не очень значительная перемена в соотношении «системных» и «антисистемных» настроений влечет за собой политические изменения.

[6] Fortine Mapocho, 1988, December 2.

вало это не с наследием диктатуры, а наоборот, с начавшимися социально-политическими переменами. В соответствии с этим демократические силы расширили свою социально-психологическую базу. Произошла очередная модификация политической системы — переход от авторитарной военной диктатуры к буржуазно-демократическому режиму.

Ситуация 70-х—80-х гг. в Чили является одним из достаточно ярких и динамичных примеров влияния массовых настроений на процессы модификации политической системы. Здесь нет бурных всплесков радикально направленного поведения, которые захватили бы подавляющее большинство населения на длительный срок и привели бы к кардинальному разрушению старой и утверждению стабильной новой политической системы. В чилийском примере есть другое: быстрая динамика функционирования разнонаправленных настроений и соответствующая по темпам реакция на изменения настроений в виде изменений политической системы. Пример Чили наглядно показывает механизм действия тех факторов, которые определяют характер и направленность настроений, а также придают им значительный динамизм.

Массовые настроения и хомейнистская революция в Иране

Рассмотрев динамику функционирования быстро меняющихся настроений разной направленности и отражение этой динамики в процессах модификации политической системы, обратимся к иной ситуации. В Иране конца 70-х гг. XX века проявились процессы накопления, кристаллизации и массового распространения настроений одной направленности — радикального протеста против прежней политической системы. В отличие от Чили, они охватили подавляющее большинство общества и привели к слому монархии, место которой заняла новая политическая система, возникшая после иранской исламской революции.

Исламская революция 1979 г. в Иране является своеобразным примером действия массовых настроений. Начнем с того, что в данном случае имел место достаточно сложный комплекс настроений, во многом определявшийся религиозными чувствами людей. Однако по своей направленности против шахского режима, по характеру вызванных ими действий, по политическим последствиям это были именно политические настроения.

Антишахские настроения

По мнению С. Л. Агаева, вплоть до падения шахского режима иранская революция благодаря совместным действиям всех революционных сил развивалась по восходящей линии как в смысле массовости — вовлечения в политическую борьбу различных общественных слоев, так и в плане наращивания политических требований и соответствующих настроений. «На первом этапе — от начала революции в январе 1978 г. и до введения военного положения в сентябре того же года — революционная борьба, охватывавшая пока что в основном традиционные слои населения, развивалась под лозун-

гами демократизации существующей общественно-политической системы. На втором этапе, характеризовавшемся политическим маневрированием шахского режима и завершившемся передачей им в начале января 1979 г. части власти правительству Ш. Бахтияра, представлявшего либеральную часть "новых средних слоев", которые ... активно включились в революционную борьбу, среди масс постепенно зрело сознание необходимости полной ликвидации монархического строя. На третьем этапе, в январе — феврале 1979 г., революционное движение всего народа, приняв ярко выраженный наступательный характер, добилось решающей победы — свержения шахского режима» (Агаев, 1981).

Не вдаваясь в глубинный анализ объективных условий, предпосылок и факторов иранской революции (они подробно исследованы в литературе[1]), остановимся на ее субъективно-настроенческих слагаемых. То, что в основе действий масс лежали настроения недовольства прежним режимом и, одновременно, ориентации на новую систему, строй жизни, подтверждается многократно. По оценке шаха со стороны Р. Хомейни, «возмездие начало преследовать преступника уже с января 1978 г., когда против него поднимались один за другим иранские города. Волны, набегая друг на друга, к осени набрали такую силу, что ни пулеметы, ни танки, ни самолеты уже не могли остановить мусульман». По свидетельству одного из участников событий февраля 1979 г.: «Всюду проходили демонстрации, на перекрестках воздвигались баррикады. Лозунгом было: мы должны вооружаться, ведь это — единственная возможность покончить с шахским режимом ...Господствовало революционное настроение»[2].

Такого рода настроения возникли не сразу. Революция победила через 13 месяцев после начала первых революционных выступлений, почти через месяц после отъезда из страны шаха и через 12 дней после возвращения из ссылки Хомейни. Все это время настроения накапливались, генерализуясь, что ярче всего проявлялось в многотысячных толпах, по несколько дней собиравшихся на площадях перед теми или иными акциями. Фактором кристаллизации стало появление лидера харизматического типа — имама Хомейни: «Из Мехрабадского аэропорта, неизвестно как вместившего миллионное человеческое море, в сторону кладбища мучеников Бехеште-Захра плыло ритмичное скандирование: "Аллах велик! Шах ушел, имам пришел!". Аятолла... ступил на иранскую землю, и восторги встречающих достигли апогея. Женщины пели: "Пусть каждая капля мученической крови обратится в тюльпаны...". От Мехрабада до Бехеште-Захра кортеж пробирался сквозь густые толпы, сдерживаемые тремя рядами молодых людей из 50 тысяч добровольцев, прошедших проверку на лояльность у духовенства. Через три с половиной часа наконец удалось достичь места назначения. У ворот кладбища сотни тысяч ревностных поклонников окружили кортеж, а некоторые даже вскарабкались на машину, в которой находился имам»[3].

О сложившемся в конце февраля 1979 г. положении в стране М. Базарган — последний премьер-министр шаха — писал так: «В завершающей своей фазе революция

• Например, см.: *Агаев С. Л.* Иран в прошлом и настоящем (Пути и формы революционного процесса). М., 1981; Ислам: проблемы идеологии, права, политики и экономики. М., 1985; *Резников А. Б.* Иран: падение шахского режима. М., 1983; *Keddie N. R.* Roots of Revolution. An Interpretative History of Modern Iran. N. Y., 1981, и др.

[2] Цит. по: *Агаев С. Л.* Иран: рождение республики. М.: Политиздат, 1981. С. 35, 59-60.

[3] Там же. С. 53-54.

понеслась, закусив удила, и все стало развиваться слишком быстро: народ привык к ускоренному ритму событий, и на их гребне хочет совершенной, тотальной и немедленной революции»[1]. Еще за неделю до вооруженного восстания иностранные военные атташе в Тегеране предвидели грядущие события: «Технически военный переворот может быть осуществлен. Офицеры захватят дворец шаха и другие стратегически важные пункты. Но что потом? Потом они будут вынуждены пролить море крови и, тем не менее, их захлестнет народная волна. И они это знают»[2].

Механизм бурного всплеска таких настроений в Иране понятен из анализа истории страны предыдущих лет: «Политическая стабильность не может сосуществовать с крайними формами нищеты и неравенства доходов. Революция в Иране снова подтвердила это положение...» (Jabbari, 1981).

Притязания Р. Хомейни

Лидер революции имам Р. Хомейни достаточно долго вместе со своими многочисленными сторонниками, представителями шиитского духовенства, формировал у населения Ирана притязания на лучшую жизнь. Это были притязания на «царство Аллаха на земле», на подлинную исламскую республику. Еще в 1964 г. Хомейни обвинял шаха и формировал оппозиционные настроения: «Как можете Вы модернизировать Иран, если бросаете в тюрьмы и убиваете умных людей? Вы хотите превратить иранцев в послушное и пассивное орудие Вашей власти и господства Ваших иностранных хозяев. Подлинная модернизация состоит в том, чтобы воспитывать людей, умеющих осуществить свое право критики и свое право выбора, людей, способных бороться с иностранным гнетом, несправедливостью и грабежом»[3].

Притязания на свободную и безбедную жизнь без угнетателей усиливались массовым недовольством политикой режима шаха. Лозунги и декларации «белой революции», объявленной режимом, мало чем подкреплялись наделе. Обещание ввести Иран «в первую пятерку промышленно развитых стран мира» еще при жизни одного поколения создало столь высокие притязания, что реализовать их уже не было никакой возможности. Широко разрекламированная политика индустриализации представляла собой, по сути, импорт частей и деталей для сборки заграничной техники с использованием дешевой местной рабочей силы. «Нефтедоллары» уходили за океан, умножая личное состояние семьи шаха. Планы строительства более двух десятков атомных электростанций, потребовавшие миллионы долларов, не давали ощутимых результатов.

За счет такой политики режим подрывал свои позиции в массовом сознании. Взвинчивая притязания и не заботясь об их осуществлении, он готовил свое политико-психологическое самоубийство: взрыв массового недовольства — настроений, переходящих в соответствующие действия.

Отрицательные настроения по отношению к прежнему режиму сочетались в массах с позитивным настроем на активные акции против него. С революцией, со сме; порядка и власти связывались возможности реализации притязаний. Массы все бо-

[1] Цит. по: *Balta P., Rulleau C.* L'Iran Insurge: 1789 an Islam? In tourant du monde? P., 1979. P. 97.

" Там же. P. 134.

[3] Цит. по: *Balta P., Rulleau C.* L'Iran Insurge: 1789 an Islam? In tourant du monde? P., 1979. P. 159.

лее утверждались в мысли, что в их силах добиться осуществления этих притязаний. Революционный подъем с его ожиданием перемен к лучшему носил позитивно-направленный характер, что вообще свойственно настроениям такого рода.

Хомейнистская революция

Массовые настроения вылились в революцию, разрушив прежнюю политическую систему. Монархия рухнула. После этого, в соответствии с собственными закономерностями своего функционирования, настроения стали менять характер. Исчезла их единая до того направленность: «На смену прежней революционной эйфории, питавшейся единодушным стремлением уничтожить ненавистный шахский режим, пришла эйфория ожиданий, слагавшаяся, однако, из разнородных и подчас противоречащих друг другу стремлений» (Агаев, 1981).

Наступил период раскола того относительного единства, которое существовало в рядах антишахской оппозиции. Между ранее едиными силами началась борьба за массовые настроения, за опору и поддержку для своих представлений о новой политической системе, приведшая к истреблению части альтернативных по отношению к Хомейни сил. В стране установилась исламская республика. Для обеспечения массовой поддержки своей концепции новой политической системы имам активно использовал механизм манипуляции массовыми настроениями — в частности, он прямо призвал шиитских улемов направиться в деревни и города и воздействовать на притязания людей: «Вы должны сказать людям, что если они хотят лучшей жизни, если они хотят жить счастливо, если они хотят благополучия, то должны голосовать за ислам, за исламскую республику» (Агаев, 1981).

Основы новой политической системы были заложены после референдума 30-31 марта, на котором 97 % участвовавших голосовали за проект Хомейни. В этом отчасти проявились остаточные антимонархические настроения, отчасти же — настроения личной преданности имаму. У большинства же возобладали настроения близости достижения тех притязаний, за которые и шла борьба. Однако на этом процесс становления новой политической системы не завершился. В течение ряда последующих лет она испытывала дальнейшие определенные модификации, последние из которых были связаны со смертью Хомейни и событиями вслед за ней. И практически всякий раз те или иные этапы модификации были связаны с определенной динамикой массовых настроений.

Так, в частности, один из ключевых моментов для новой системы наступил осенью 1979 г. Развивавшийся экономический кризис, продолжавшийся рост стоимости жизни, массовая безработица, разросшаяся коррупция способствовали углублению массового недовольства. В глазах населения революция не принесла облегчения. «Эти настроения не могли не сказаться на духовенстве и вообще на исламском политиче-

м движении, чьи возможности манипуляции массовым общественным сознанием ' ь:ли еще далеко не исчерпаны, — справедливо отмечал С. Л. Агаев. — При этом раз-~1гчные группы многоликого по характеру и составу клерикального лагеря по-разному пытались трансформировать настроения масс в конкретные политические дей-:твия» (Агаев, 1984).

Лондонский журнал писал в то время: «Политические деятели в Иране считают, что на карту поставлено не исламское содержание революции, а ее форма. Но это пред-

ставляется неверным истолкованием настроений масс, которые полагают, что с исламской формой все в порядке, но что ожидавшихся радикальных социальных перемен, жилья и работы для народа, более низких цен на продукты питания и дома пока еще ожидать не приходится»[1].

«Именно настроения масс были, несмотря на жесткие меры властей, питательной почвой для выступления против политики режима» (Агаев, 1981). Однако режим сумел повернуть их в удобную для себя сторону. Последовавший вскоре захват американского посольства позволил канализировать недовольство масс, направить его в антиимпериалистическом направлении и одновременно укрепить власть теократии. Следствием осеннего кризиса стала отставка премьер-министра М. Базаргана и передача всех дел Исламскому революционному совету, которому поручалась подготовка референдума по исламской Конституции, выборов президента и меджлиса, а также проведение в государственном аппарате «революционной чистки». Осуществление этих мероприятий и составило содержание «второй революции», победа которой, по словам Хомейни, означала окончательную победу нового строя.

Как отмечает С. Л. Агаев, «для руководителей "второй революции" самым важным было то, что захват американского посольства, дав выход антиимпериалистическим настроениям масс, позволил восстановить "единство всего народа", использованное в целях создания исламской государственной структуры» (Агаев, 1981). В декабре 1979 г. всенародный референдум одобрил «исламскую Конституцию», в январе 1980 г. были проведены выборы президента, в марте—мае того же года избран парламент, а в августе—сентябре создано новое, постоянное правительство.

После этого, «в первом приближении», новая политическая система стала считаться сформированной. Именно с этого времени роль массового политического поведения в жизни Ирана начинает уменьшаться. Теперь к массовым настроениям апеллируют лишь риторически, в контексте дальнейшего укрепления системы, для окончательного разгрома оппозиции — в частности, левых сил; а также для подогревания патриотизма в связи со вспыхнувшей в сентябре 1980 г. ирано-иракской войной. Место массовых народных толп, ранее почти непрерывно выплескивавшихся на городские площади и улицы для демонстрации «единства народа и имама», занял корпус стражей исламской революции и другие формирования, специально созданные духовенством. Начиная с этого момента, новая политическая система обрела необходимые структуры и перестала сколько-нибудь серьезно зависеть от массовых настроений. Наоборот, не нуждаясь в последних, новая система выработала эффективные механизмы их подавления и управления ими в своих целях.

Консервация настроений

Дальнейшее развитие событий в Иране заставляет вспомнить один из давних прогнозов. В 1979 г. французские аналитики писали, ссылаясь на слова «одного тегеранского университетского деятеля»: «Если события будут и дальше развиваться в тако направлении, мы можем прийти к "теомедиократии" на базе фашиствующего популизма» (Balta, Rulleau, 1979).

Приход к власти религиозных сил в Иране не приблизил создание «царства Аллаха на земле». Напротив, сменившая шахскую деспотию деспотия теократии породи-

[1] Middle East. 1979. № 10. P. 5.

ла настроение апатии и разочарования, поскольку сформированные на революционном подъеме притязания людей для большинства населения оказались нереализованными. «Революционные настроения» сменились не только апатией, но и вспышками недовольства режимом Хомейни. Следствием таких вспышек были репрессивные меры, которые, усугубив социально-психологическую ситуацию в стране, привели к доминированию настроений реакционного толка. Они стали основой репрессий против левых политических сил.

Народная партия Ирана не сумела воспользоваться подъемом массовых настроений недовольства режимом и направить их в свою пользу. Конечно, в ситуации, где религиозный фанатизм столь силен, сделать это было затруднительно. Понятно, что религиозным лидерам было легче стать выразителями массовых настроений: они кристаллизовали их вокруг теологической идеологии и затем направили в нужное русло. Уроки иранской ситуации заставили левые силы этой страны более тщательно относиться к учету массовых настроений. После этого даже на уровне уставных требований некоторые организации Ирана стали обязывать своих членов «реалистически информировать высшие органы о требованиях масс, их взглядах и настроениях».

Развитие событий в Иране в конце 1970-х гг. ясно показало несколько принципиально важных моментов. Во-первых, массовые настроения играют ключевую роль инициирования политического поведения масс, направленного на разрушение той политической системы, которая вызвала массовое недовольство и позволила ему достичь такого уровня интенсивности, при котором настроения уже не могли не проявиться в действии. Во-вторых, массовые настроения, при умелом управлении ими, играют достаточно важную роль в создании новой политической системы. Развитие событий в Иране показало разрушительную роль настроений на стадии свержения старой системы и, одновременно, их значительное влияние на формирование новой политической системы. Осуществляя функцию инициирования и регуляции политического поведения, настроения активно воздействуют на процессы модификации политической системы.

Возникшая у масс в ходе революции иллюзия соединения притязаний с возможностями их достижения вызвала соответствующие политические процессы: массовые настроения поддерживали все те действия имама Хомейни, с которыми связывалось достижение всех притязаний. Исламский режим умело управлял этими настроениями, удерживая их в целом в выгодных для себя рамках за счет целого ряда специфических политико-психологических средств. К последним относились и религиозный фанатизм, и революционная фразеология, и репрессии, и формирование множественных «образов врага», мешающего достижению притязаний, и реальная война с Ираком, и многое другое. При опоре на это во многом и сложилась новая политическая система иранского общества.

Массовые настроения и «перестройка» в СССР

Перестройка как особый случай модификации политической системы, как попытка эволюционного развития революционных по содержанию преобразований раскрыла

некоторые специфические особенности динамики массовых настроений в процессах такого рода. Если в политическом отношении перестройка по своим намерениям означала процесс постепенного перехода от тоталитарной однопартийной надгосударственной системы, от особого рода диктатуры к правовому демократическому государству, базирующемуся на гражданском обществе, то в психологическом измерении это значило резкое, значительное усиление роли человеческого фактора.

Перестройка в социально-психологическом отношении продемонстрировала критический момент в развитии противоречия между политической системой и «человеческим фактором», связанный с динамикой осознания этого противоречия массами. Процесс осознания, как показали первые годы перестройки, начинается именно на настроенческом уровне, и еще до выработки рационального понимания противоречия соответствующие настроения начали проявляться в массовом сознании. Рассмотрим вначале некоторые проблемы перестройки, а затем перейдем к конкретному анализу социально-психологических моментов, связанных с массовыми настроениями в этот период.

Структуры и люди

Одна из ключевых проблем для любого общества — проблема взаимоотношения социально-политических структур и институтов, образующих социально-политическую систему как способ организации власти и властных отношений в обществе, и тех людей, которые составляют массу членов общества. Организуясь, любой новый строй создает ту систему, которую считает оптимальной. Образующие ее институты держатся на нормах, ценностях и образцах поведения, возведенных в ранг идеологии, законов и инструкций, подкрепленных силой убеждения и принуждения. Такая система создается для выражения и осуществления интересов людей — господствующего класса, слоя, группы, трудящихся масс или народа в целом. Однако подчас, при определенном стечении обстоятельств, элементы ее структуры могут отрываться от создавших их людей, приобретая надчеловеческий, самодостаточный характер. Тогда продукт социально-политического творчества людей превращается в подавляющий их механизм власти, руководствующийся собственными интересами, и возникает противоречие. Если система достаточно гибка, противоречие будет способствовать ее развитию. В противном случае негибкая система, используя жесткие методы власти, будет способствовать усилению сопротивления человеческого фактора. История советского общества может быть представлена как именно такой случай, как диалектика борьбы институтов системы и подавлявшегося ими человеческого фактора.

Можно предположить, что в первые недели и месяцы советской власти имела место определенная гармония: система действительно создавалась в соответствии с волей масс. Однако постепенно, в обстановке сопротивления части населения (гражданская война), внешней угрозы (интервенция), атмосферы «чрезвычайности», попадая под влияние определенного типа людей, институты системы встали над массами. Безусловно, это соответствовало части массовых настроений в обществе[1], и на определенном этапе было достаточно эффективным в некоторых отношениях. Однако с тече-

[1] Подробнее об этом см.: *Ольшанский Д. В.* Социальная психология «винтиков». // Вопросы философии. 1989. №8. С. 91-103.

нием времени сверхжесткие тоталитарные институты постепенно истощались, устаревали, становились неэффективными. Массы, напротив, постепенно развивали свое сознание — оно уже не нуждалось в столь жестком нормировании, — хотя из-за сопротивления структур этот процесс шел достаточно медленно[1]. Противоречие с течением времени нарастало, хотя проявлялось в латентной форме.

Перестройка началась в «неполной революционной ситуации»: объективно власть прежних институтов системы уже исчерпывала себя, как и готовность «низов» подчиняться этим структурам. Однако субъективно это не было достаточно осознано. Массовой психологии свойственна значительная инерционность. В таких случаях медленное осознание противоречия проявляется в постепенном росте настроений недовольства, заметных на индивидуальном, часто бытовом уровне. Это и есть тот период, когда все вместе «за», хотя каждый по отдельности может быть и «против». Субъективный фактор новой ситуации находился в процессе становления.

Перестройка, начавшись как превентивная, управляемая «революция сверху», способствовала демократизации общественно-политической жизни, появлению основ гражданского общества. По мере развития этих процессов, высвобождаясь из-под гнета тоталитарных институтов, в обществе стали довольно бурно развиваться и проявляться многообразные массовые настроения.

Уже говорилось о том внимании к массовой психологии, которое уделялось в первый период советской власти. Однако, начиная с середины 1920-х гг., этим вопросам отводилось все меньшее место в документах правящей партии и выступлениях ее руководителей. Командно-административная система не нуждалась в знании реальной психологии масс, навязываемый ею стиль управления не требовал особого внимания к настроениям «низов». Располагая действенным репрессивным и пропагандистским аппаратами, армией послушных и зависимых чиновников, «верхи» использовали лишь те настроения масс, которые считали «правильными». Система отождествила массовые и «общественные» настроения.

Хрущевская «оттепель» несколько изменила ситуацию. Достаточно было лидеру заявить, например, что «настроения и желания народов — большая сила» (Хрущев, 1960), как в стране это было воспринято в качестве «социального заказа». Однако смена власти и последовавшая за ней брежневская реставрация (теперь уже на бюрократических основах) командно-административной атмосферы вновь сузили возможности человеческого фактора. Даже в научных исследованиях все свелось к откровенной апологии «социалистического мажора» на фоне «капиталистического пессимизма»[2].

Тем не менее, в принципе, процессы развивались на той глубине, которая была недоступна для тоталитарного контроля со стороны социально-политических структур. Сегодня уже понятно, что период застоя с объективной необходимостью породил определенные предпосылки как застойных, консервативных, системно-охранительных, так и, одновременно, антизастойных, оппозиционных, антисистемных настрое-

[1] См.: *Ольшанский Д. В.* Трансформация человеческого сознания (От мегамашины тоталитаризма к де мократическому обществу). // Политические исследования. 1991. № 3. С. 53-66.

[2] См., например: *Попов С. И.* Социализм и оптимизм. М., 1981; *Попов С. И.* Социальный пессимизм в системе современной буржуазной идеологии. // Вопросы философии. 1980. № 9. С. 64-72; и др.

ний. Психология застоя была отчасти понятна даже вдохновителям перестройки — по их оценке, в то время «при выработке политики и в практической деятельности возобладали консервативные настроения»[1].

Перестройка настроений

Постепенно в обществе накапливалось недовольство людей: ведь под влиянием пропаганды притязания на лучшую жизнь стремительно росли, тогда как реальные возможности осуществления этих притязаний уменьшались. Дефицит стал практически тотальным явлением. Декларирование социального равенства сосуществовало с ежедневно очевидным неравенством, обилие денег — с их необеспеченностью товарами, обещания кремлевского руководства — с постепенно осознаваемой большинством невозможностью их выполнить. Действие экономического механизма торможения имело прямое социально-психологическое отражение: пресловутый «разрыв слова и дела» провоцировал массовые настроения недовольства. Складывалась тревожная для режима ситуация.

Пытаясь спасти положение, прежнее руководство пыталось лишить массы стимулов для проявления действенной активности, опасаясь, что при наличии таких стимулов активность недовольных масс станет неуправляемой. Расцветал особый партократический бюрократизм как механизм обездвиживания масс, как особое средство психологического торможения. У людей была разрушена вера в возможность достижения светлого будущего еще при жизни данного поколения, взамен же проповедовались ценности непрерывного, но частичного совершенствования устоявшегося образа жизни. В скрытой, но весьма жесткой борьбе с критическим настроением части общества сверху навязывались и утверждались настроения застоя и пассивности. Внушалось, что то, что есть — уже хорошо, что лучше и быть не может. Догматизация системы и ее высших эшелонов привела практически к отрицанию необходимости что-либо делать: подспудно внушалась мысль о том, что все будет достигнуто как бы само собой, автоматически — раз «партия наметила», то это обязательно сбудется и осуществится; раз идеология научная — значит, она обязательно победит без всяких усилий; раз руководство что-то сказало, значит это мудро и истинно.

Диалектика развития подменялась метафизикой застоя. Возникла модель общества, в которой как бы не было человека — все элементы социально-политической системы действовали как будто автоматически, а конечный результат был запрограммирован. Естественно, все это не могло не порождать угодные для определенных кругов настроения благодушия и самоуспокоенности. В обществе стали распространяться негативные с точки зрения существующей системы явления.

Именно это стало основой процесса вначале расслоения, а затем и поляризации настроений. Такой социально-психологический, настроенческий плюрализм стал следствием расслоения политического, экономического и социального. Отсутствие равенства и социальной справедливости вело к тому, что для одних, элитных групп ближе был декларируемый уровень жизни, для других же — реальный. Как справед-

[1] Материалы Пленума Центрального Комитета КПСС, 27-28 января 1987 г. М., 1987. С. 8.

ливо подчеркивали Л. А. Гордон и Э. В. Клопов, «реальное повышение уровня жизни шло ограниченно, притом с замедлением, тогда как потребности и запросы десятков миллионов людей нарастали естественными, неограниченными, постоянно ускоряющимися темпами... За последние два-три десятилетия увеличился разрыв между реальными, существующими условиями жизни и жизненным стандартом, жизненным уровнем, который большинство населения стало рассматривать в качестве нормального и необходимого» (Гордон, Клопов, 1989). Так формировалось массовое недовольство системой.

Разрыв притязаний и возможностей их достижения породил несколько вариантов реакции. На одном полюсе — настроения недовольства, на другом — благодушия. Между ними — широкий спектр потребительских, эгоистических и приспособленческих настроений в их многообразных вариантах и проявлениях. Плюрализм такого рода расколол иллюзию однородности псевдомассовых «общественных» настроений: стало заметным доминирование настроений индивидуальных и узкогрупповых, корпоративных. Стали исчезать масштабные идеи и ценности, по определению необходимые для широкой психологической интеграции людей, для консолидации общества. Шел процесс разложения прежней «общественной» психологии.

Превентивная акция

Перестройка стала превентивной мерой для предотвращения саморазрушения прежнего самосознания общества. Не случайно главной проблемой, возникшей в результате все-таки случившегося социально-психологического распада, стала проблема новой самоидентификации — знаменитый вопрос о том, что же теперь строить будем? Активная часть общества, инерционно заинтересованная в сохранении пусть обновленной, но все-таки прежней системы, осознав возможные негативные последствия широкого распространения недовольства, стала «движущей силой перестройки», ее «прорабами». Их задачей была трансформация негативистских массовых настроений в конструктивно-критический, направленный на созидание нового, настрой общества.

Элита осознала, что некоторые преобразования социально-политической системы стали необходимыми для сохранения самих основ прежней государственности и социального порядка. Психологический эпицентр начавшихся процессов первоначально заключался в стабилизации конструктивных, реалистических настроений, в уменьшении «ножниц» между десятилетиями создававшимися притязаниями и возможностями их достижения. Исторический опыт подсказывал: иначе люди могут выйти на улицы, требуя немедленного удовлетворения накопившихся притязаний. Их удовлетворение или хотя бы движение в этом направлении стало для масс определенным условием дальнейшего подчинения системе.

Модификация системы требует определенного времени. Для того чтобы обеспечить наличие этого времени, перестройка должна была, во-первых, открыть какие-то пути канализации недовольства (ими стали так называемая «гласность» и определенная либерализация условий социально-политической жизни, — в частности, выборность руководства на низших уровнях, пока еще в рамках прежней в целом системы, затем — частично свободные выборы народных депутатов СССР и России). Во-вто-

рых, необходимо было сформировать механизм определенного сдерживания недовольства.

Такой механизм первоначально включал два звена. С одной стороны, снижение притязаний населения. В противовес подспудно звучавшему «как сегодня живем, так завтра будем работать», официальная пропаганда стала развивать новый лозунг: «Как сегодня работаем, так завтра будем жить!». Данный лозунг был связан с отказом от многих необоснованных притязаний, с усилением дисциплины, ответственности и влияния идеологии так называемых «разумных» (т. е., разумно ограниченных) потребностей, с отказом от многих иллюзий, с очищением общества от негативных явлений в виде нетрудовых доходов и т. п. Это была так называемая «жесткая» линия перестройки, особенно проявившаяся на этапе предперестройки, связанном с действиями Ю. В. Андропова. С другой же стороны, горбачевская перестройка сразу была связана с реформой экономики, политической реформой, с задачами обеспечить в обозримые для людей сроки реализацию их жизненных потребностей (демократические права, продовольствие, жилье, товары). Принцип «больше социализма» в ту пору как раз и означал, по замыслу команды Горбачева, реальность удовлетворения обоснованных притязаний человека, обоснованных его вкладом в развитие общества.

В принципе ситуация и пути ее разрешения были ясны еще в 1987 г.: «Без перелома в общественном сознании, без изменений в психологии и мышлении, в настроениях людей успеха не добиться...»[1]. Однако у инициаторов перестройки продолжало сохраняться сомнение: развитие социально-политических процессов подсказывало, что если существующие сложные противоречивые настроения не будут осмыслены в политических институтах, и последние не пойдут на преобразование самих себя, то необходимые реформы не получат должных импульсов и, в итоге, адекватного развития.

«Стоит нам все-таки подумать... не отстаем ли мы в самом деле от настроения наших народов», — размышлял М. С. Горбачев в конце 1987 г.[2] И это не случайная мысль: еще в июне того же года говорилось, что наметилась «тревожная тенденция — отставание ряда партийных организаций от доминирующих настроений, динамичных процессов, которые развиваются в обществе»[3].

Опасения оказались обоснованными. Справиться с настроениями недовольства не удалось. Первоначальные акции перестройки в данном направлении оказались недостаточно эффективными. Противоречия между системой и массовыми настроениями стали нарастать. Вместо консолидации общества на перестроечных позициях усиливалось его расслоение.

Провал

Среди причин длительного периода расслоения массовых настроений в обществе в ходе перестройки следует отметить то, что «движущим силам» перестройки не удалось последовательно соблюсти все необходимые психологические условия воздей-

[1] Материалы Пленума Центрального Комитета КПСС, 27-28 января 1987 г. М., 1987. С. 17.

[2] Правда, 1987, 10 декабря.

[3] Материалы Пленума Центрального Комитета КПСС, 25-26 июня 1987 г. М., 1987. С. 14.

ствия на массовые настроения. Вспомним, что в самом начале перестройки руководство КПСС неоднократно подчеркивало: перестройка не должна превратиться в «революцию ожиданий». Понимая, насколько опасны не осуществляющиеся притязания, оно явно стремилось не усиливать их. Однако политико-психологические закономерности оказались сильнее. С одной стороны, на перестройку и ее инициаторов массовое сознание перенесло несбывшиеся ожидания предыдущих лет: действовала связи типа «если критикуешь предшественников — сделай сам то, чего они не сделали или сделали не так». С другой стороны, понятно, что руководство было вынуждено давать некоторые обещания — ведь активизировать тот же человеческий фактор в принципе нельзя, не активизировав устремления, ожидания, новые мотивы деятельности людей. Так, гальванизировав многие старые притязания, перестройка породила и значительные новые. Тем самым она готовила свое завершение.

В начале 1988 г. М. С. Горбачев вынужден был признать: «Перестройка вызвала к жизни своего рода революцию ожиданий», причем «первоначально это были такие ожидания: вот, мол, придет хороший человек и все пойдет само собой, и будут блага сыпаться, как манна с небес»[1]. Еще через год, к началу 1989 г., стало ясно, что перестройка вызвала слишком большие ожидания. Поскольку реально экономика, как и власть командно-административной системы, остались в немалой степени прежними, то возможности удовлетворения возросших притязаний не только не выросли, но во многом даже уменьшились — продолжало сказываться кризисное развитие предыдущих лет, а также сопротивление реформам и собственные ошибки перестройки. Разрыв между притязаниями и реальностью стал нарастать. Недовольство усиливалось. Появились признаки дестабилизации системы. Руководство страны констатировало, что «обострение ряда проблем и неоднозначность настроений в переходный период — вещь естественная и в какой-то мере просто неизбежная»[2].

Аналитики попробовали объяснить данную ситуацию традиционными факторами: «Для русского исторического развития характерны одновременно консерватизм и быстрые смены общественных настроений»[3]. Реалисты утверждали, что без экстренных экономических акций — т. е. без зримого приближения возможностей реализации к самим притязаниям — не удастся обеспечить сколько-нибудь массовую поддержку перестроечных процессов. Радикально настроенные силы требовали начать немедленный демонтаж прежней социально-политической системы. Точнее всех, похоже, выразился П. Оттоне: «...уже сегодня можно увидеть в ближайшем будущем угрозу большой травмы для всех советских народов... Это будет революция растущих ожиданий. Пока ничего не меняется — народы терпят и остаются инертными. Но когда начинают что-то менять, сразу рождаются ожидания и требования, которые резко превышают возможности институтов власти удовлетворить их. Перестройка будет нуждаться в процессе долгого, медленного и болезненного созревания, а люди сразу же захотят ее плодов»[4].

[1] *Горбачев М. С.* Демократизация — суть перестройки, суть социализма. // Правда, 1988, 13 января.

[2] *Горбачев М. С.* Перестройка и молодежь: время действий. // Правда, 1988, 1 ноября.

[3] *Лихачев Д. С.* Россия. // Литературная газета, 1988, № 41. С. 6.

[4] *Оттоне П.* Да поможет вам Запад. // Московские новости, 1988, № 49. С. 6.

В данном случае проявил себя достаточно общий механизм. До тех пор пока институты тоталитарной социально-политической системы сами не демонстрируют признаков кризиса, массы могут достаточно долго оставаться инертными под влиянием пропаганды и инерционного опасения санкций-наказаний за «свободомыслие». Однако это чревато, в какой-то момент, опасностью потенциального взрыва неуправляемых настроений и массового радикалистского социально-политического поведения. Если же система сама начинает модификацию, то это порождает требования и ожидания, приводящие к тем же последствиям, но в ослабленной форме. Такой процесс зависит от того, насколько темпы модификации соответствуют нарастающим настроениям, которые стимулировала сама модифицирующаяся система. В последнем случае у системы сохраняются определенные шансы: плюрализм настроений в рамках системы все же лучше их единой, массовой и откровенно антисистемной направленности.

Следует учитывать, разумеется, и то, что самообновление системы — всегда внутренне противоречивый процесс. Как отмечал тогдашний первый вице-премьер правительства СССР, академик Л. И. Абалкин, говоря от имени этой самой системы: «Мы сталкиваемся и с тем, что растут социальные притязания... и вместе с тем с необходимостью одновременно осуществлять методы жесткого контроля, регулирования и проведения непопулярных мер». Такое противоречие создает дополнительное напряжение для массовой психологии: «Надо сказать, что исчерпываются ожидания, возникает неверие в возможности быстро улучшить положение дел... начинает проявляться и сомнение в правильности сделанного выбора»[1].

В результате динамично развивавшихся процессов в обществе появился достаточно широкий спектр новых (уже не связанных напрямую с застоем, собственно перестроечных) настроений. Этот спектр был задан двумя ярко, хотя и не совсем массово выраженными полюсами. С одной стороны — «левацкие», «авангардистские» настроения, связанные с высокими притязаниями в политической и всех других сферах, со стремлением достичь всего «одним махом», «революционным скачком» мгновенно обеспечить реализацию всех накопившихся притязаний. Как известно, такие настроения чреваты последствиями — по сути, это новый взлет притязаний, не обеспеченных реальной перестройкой экономики, социальной, политической и духовной жизни. Такие притязания, как правило, заранее обречены на то, чтобы остаться нереализованными. Это осознается массами довольно быстро, и тогда «левацкий авангардизм» и взлет мажорного оптимизма быстро оборачиваются своей противоположностью — паникой, разочарованием, все той же вечной готовностью наказать «обманщиков». Со стороны же тех, кто породил такие настроения, единственным выходом оказывается «закручивание гаек».

Постперестроечное развитие России подтвердило эти закономерности. Неудавшийся августовский (1991 г.) путч показал полное истощение как пропагандистских, так и властных ресурсов прежней политической системы. Обещания, дававшиеся в обращениях ГКЧП, не могли уже сформировать новых серьезных притязаний, увлекающих массы. Победа над ГКЧП вызвала апофеоз оптимистических притязаний,

[1] *Абалкин Л. И.* Доклад «Радикальная экономическая реформа — первоочередные и долговременные меры» на Всесоюзной научно-практической конференции по проблемам радикальной экономической реформы. Правда, 1989, 14 ноября.

однако трудности первого года реальной рыночной реформы, как и коллапсический распад прежней политической системы, при отсутствии хотя бы отдельных работающих элементов новой системы, вызвали распространение массового пессимизма по отношению теперь уже к «ельцинским реформам». Ответом на это со стороны новой власти стало требование «сильной президентской власти», соответствующе оформленной в новой Конституции, принятой 12 декабря 1993 г. История — надежная основа для прогнозирования развития подобных вариантов.

На противоположном полюсе к концу 80-х гг. оказался второй обострившийся вид массовых настроений — консервативные, охранительные, «антиперестроечные» настроения. Видя, что до реализации каких-то новых притязаний путь не близок, люди всегда начинают задумываться над тем, что «синица в руках лучше журавля в небе». Отсюда — своеобразная ностальгия: «раньше хоть что-то было». Отсюда желание не спешить, не потерять хоть то немногое, что привыкли получать. Речь шла не о привилегиях меньшинства — о минимуме для большинства. Перестройка на первых этапах неизбежно противоречила интересам многих: раз перестройка, значит, прежде всего отказ от чего-то старого, и лишь потом приобретение чего-то нового. Отказ был очевиден уже сегодня, приобретения лишь ожидались в перспективе.

В таких ситуациях вновь возникает расхождение между притязаниями и возможностями их реализации. Охранительные механизмы психики в условиях демократизации активизируются: не нужно слепо выполнять указания, можно подумать о себе. И тогда людям проще отказаться от новых притязаний, чем от былых приобретений. Так появляется своего рода «неоконсервативная» волна, проявляющаяся в общественно-политической жизни. Один из крайних вариантов настроений в этой волне — страдания по «доброму старому времени», проявляющиеся в разговорах о том, что стране нужна «твердая рука». «Такие настроения проявляются не только в сфере эмоций и чувств, но и приобретают определенные философские и даже политические очертания»[1].

В начале 1990 г., исследуя массовые настроения в рабочей среде, аналитики считали: «Пока что консервативная струя в нашем рабочем движении слабее ветви, объективно выступающей за продолжение реформ. Но опасность существует, и достаточно серьезная. Она коренится в весьма сильном влиянии ценностей уравнительности в массах трудящихся, в распространенности иждивенческих настроений... Это факт, что в массах еще сильны «застойные» настроения, и с этим фактом необходимо считаться»[2].

Однако такие настроения постепенно начинали расслаиваться: наряду с процессами поляризации шла и дифференциация настроений. Время показало, что они не были особенно опасными для инициаторов перестройки. Они не были, во-первых, действительно массовыми. Во-вторых же, они носили не активно-действенный, а пассивно-оборонительный характер. Достигнув максимума в действиях ГКЧП, они исчезли и возродились лишь спустя некоторое время, но уже как оппозиционные по отношению к ельцинскому режиму, причем далеко не как «реставрационные» настроения.

[1] *Горбачев М. С.* Наращивать интеллектуальный потенциал перестройки. // Правда, 1989, 8 января.

[2] *Гордон Л., Клопов Э.* Рабочее движение: издержки и приобретения. // Правда, 1990, 18 января.

С социально-психологической точки зрения две основные настроенческие «волны» того времени — авангардистская, «притязательная», и консервативная, «достиженческая», — были в принципе чреваты одним и тем же: реакцией, торможением, застоем. Их общий порок составляло отсутствие реализма, стремление опрокинуть сегодняшний день либо в тупиковое прошлое, либо в хаотично-анархическое будущее. И то и другое выглядело одинаково опасным. Необходимое будущее потенциально существовало в реалистических настроениях. Их основой было осознание взаимосвязи между притязаниями и реальностью, умение строить первые только на базе последних, развивая и то и другое в необходимой пропорции. К сожалению, такие настроения редко бывают массовыми — для этого они, должно быть, слишком рациональны. В психологии масс обычно торжествуют крайности.

К началу 1990-х гг. стало понятным, что в ходе перестройки идет борьба различных, прежде всего радикальных настроений. «Перелом» еще только предстоял. Однако, как уже говорилось, такому перелому обычно предшествует достаточно длительный процесс «брожения» массовых настроений. В ходе этого процесса под влиянием тех или иных отдельных акций одна волна как бы сменяет другую, за приливами следуют отливы. Собственно говоря, вся горбачевская перестройка и представляла собой такое «брожение». Однако и последующее развитие событий так и не принесло окончательного перелома в социально-психологическом плане.

Исторически же уже совершенно ясно, что на определенном этапе развития перестройки перед реалистическими силами общества встала проблема стабилизации массовых настроений. Решение этой проблемы стало определять цели политической, экономической и всех других реформ системы. В случае превалирования настроений пессимизма и апатии это должно было означать определенный подъем позитивного настроя посредством пропагандистских усилий — выявления и подчеркивания конкретных путей и уже имеющихся результатов реформ с ориентацией на удовлетворение притязаний людей. В случае авангардистских настроений — определенное их приземление, снижение притязаний, «растяжка во времени» возможностей их удовлетворения. При этом должно было продолжаться расшатывание консервативных, охранительных настроений, доведение до сознания людей понимания необходимости перемен и правильности избранного эволюционного пути. Однако эти рекомендации в ходе горбачевской перестройки соблюсти не удалось.

Процессы развивались в условиях модификации политической системы, слишком стремительного появления в ней целого ряда новых элементов. Это осложняло процесс стабилизации массовых настроений, включало в борьбу за них новые силы. Постепенно такие настроения, выходя на авансцену политической жизни, становились все более реальным фактором политики. Как верно говорил М. С. Горбачев уже в 1987 г., «особенно значительно продвижение в сознании людей, в понимании той общественно-политической обстановки, которая сложилась в стране в последнее время. Сегодня наша страна — быстро меняющееся общество. Это общество уже с другими настроениями»[1].

Задним числом можно утверждать, что именно это, в конечном счете, и погубило горбачевскую перестройку. Слишком бурное развитие массовых настроений лишило

[1] Материалы Пленума ЦК КПСС, 25-26 июня 1987 г. М., 1987. С. 72.

систему возможностей постепенной модификации, а общество — эволюционного, реформаторского пути развития. Неуправляемые настроения стали одним из факторов, определивших кризисный характер постперестроечных процессов[1].

Основные выводы

1. Определенным образом направленные настроения массового недовольства, приводя к соответствующим массовым действиям, вызывают разнообразные изменения социально-политических систем в стержневых звеньях — в способе организации власти и в форме правления. Результаты массового недовольства варьируют от революций и радикальных переворотов до фундаментальных реформ и модернизации систем. Настроения ведут к модификациям социально-политических систем либо «снизу», выделяя социально-политическую силу (партию, организацию, массовое движение) способную оформить настроения и трансформировать их в массовые действия, либо «сверху», вынуждая правящие элиты к реформам системы. В обоих случаях настроения влияют на систему, осуществляя свою функцию инициирования и регуляции массового поведения.
2. Динамика событий в Чили в 1970-1989-е гг. показала влияние настроений на политическую систему внутри одной страны. Даже незначительное колебание настроений в ту или иную сторону в психологически нестабильном обществе вызывает динамичные изменения системы. Тот или иной вариант системы существует, лишь пока он обладает ресурсами воздействия на массовые настроения.
3. Развитие событий в Иране в конце 1970-х гг. продемонстрировало, как массовые настроения, овладев большинством общества, ведут к ликвидации прежней социально-политической системы. Вслед за этим развиваются новые настроения, стимулирующие создание новой системы и влияющие на ее характер. Однако по мере укрепления новой системы влияние массовых настроений снижается. Это определяется степенью целенаправленного контроля за настроениями со стороны формирующейся системы.
4. Ход перестройки в СССР в 1980-е гг. показал, что в определенных случаях социально-политическая система может идти на самообновление под влиянием предвосхищаемого давления массовых настроений. Несмотря на усилия по воздействию на эти настроения, в таких случаях институты системы попадают в зависимость от ими же инициированных процессов модификации. Реформы, стимулируя развитие широкого спектра разнообразных настроений, заставляют систему ускорять процессы самообновления под угрозой утраты возможностей управления настроениями и дестабилизации социально-политической жизни в результате разнонаправленного политического поведения значительных масс людей. Не выдерживая необходимой скорости перемен, система подвергается опасности самораспада.

[1] Об этом см.: *Ольшанский Д. В.* Массовые настроения переходного времени. // Вопросы философии, 1992, №4. С. 3-15.

5. В целом массовые настроения реально оказываются важнейшей макроформой психологии масс, активно влияющей на организацию социально-политических процессов — наиболее ярких, демонстративных и принципиально важных для общественного бытия человека. Массовые настроения — это наиболее энергичный и действенный компонент психологии масс.

Часть 3

Массовые социально-психологические явления

Психология религии. Психология моды.

Психология слухов и сплетен.

Психология массовой коммуникации.

Психология рекламы и PR-воздействия.

Психология политических партий и массовых движений.

В этой части книги рассматривается ряд конкретных проявлений психологии масс. Все они давно уже стали естественными фактами социальной жизни, однако продолжают вызывать многочисленные вопросы и оставаться в центре достаточно острых дискуссий. Подчас эти вопросы и дискуссии связаны с недооценкой естественности социально-психологической природы данных явлений и психологии масс, которая лежит в их основе. Анализ показывает, что внешне разные явления оказываются связанными общей природой. При всем своем разнообразии они одинаково необходимы людям для выражения массовой человеческой психологии. Исторически меняясь, все эти феномены выполняли одну главную функцию — формировали значительные общности людей, составлявшие огромные сегменты общественной жизни, и служили как ее социально-психологическими регуляторами, так и особыми факторами социального, экономического и иного прогресса.

Природа человека двойственна: психика носит индивидуальный и одновременно массовый характер. Она развивается в диалектическом противоречии, в единстве и борьбе индивидуального сознания и массового поведения. Это противоречие и служит динамичным источником развития. Рассматриваемые далее феномены психологии масс демонстрируют эту диалектическую взаимосвязь, отражающую сложную, социально-индивидуальную психологическую природу человека. От первобытных богов до современных средств массовой коммуникации человечество прошло немалый путь. Но он никогда не будет исчерпан — как вечно и неисчерпаемо диалектическое единство индивида и массы, так неисчерпаемы известные и еще неизвестные формы проявления психологии масс.

ц--- Глава 3.1

Психология **религии**

Корни религии. Ш Социально-психологические функции религии. Я Психология веры. • Религиозный культ: психология религиозных действий. Я Психология суеверий, в *Мотивы обращения к религии.*

Как известно, само понятие религии до сих пор остается одним из труднейших для определения в эмпирических, операциональных категориях. Единого определения религии нет, и потому в ходу у исследователей буквально сотни дефиниций. Большая часть из них относится к социологическим, психологические же определения практически просто отсутствуют. И для этого есть определенные основания: по мнению П. Бергера, например, принятие какого-то определения религии, в конце концов, вообще является делом вкуса.

Э. Дюркгейм и М. Вебер в свое время создали основу для выделения двух полярных типов определения религии: номинального и реального, а также близких к ним функционального и содержательного. Функциональные определения обычно характеризуются тем, что за критерий идентификации и классификации явлений принимается функция, которую эти явления исполняют: сначала выделяются функции, которые «требует» некоторая социальная система, а затем, на основе выполняемых функций, опознаются и классифицируются наблюдаемые социальные и культурные явления. Напротив, критерием содержательного определения фактически выступает содержание этих явлений. Р. Робертсон предложил связывать номинальные, функциональные определения с дефинициями включающего типа, а реальные определения — с исключающими дефинициями.

Дюркгейм стремился охватить определениями религии едва ли не все системы, признаваемые «религиозными», включая теистические и нетеистические системы верований. Такое широкое определение он основывал на различении духовного и светского, а также на выделении наиболее общих функций религии. Однако такой социологический подход, несомненно, носит слишком общий и не вполне точный характер. Другую позицию занимал Вебер, считавший, что религия как социальное явление проявляется в религиозном поведении людей, руководствующихся соответствующим типом мотивации, анализ которой особенно необходим как для понимания религии, так и для классификации ее разновидностей. Вебер полагал, что невозможно дать эмпирическое, недогматическое определение религии до начала исследования, — определение появляется как идеально-типическая конструкция феномена на одной из стадий работы.

Среди функциональных определений религии первую группу составляют те, которые, как конструкции М. Вебера и П. Тиллиха, тесно связаны с так называемыми

конечными проблемами существования. Наиболее распространенное и представительное определение такого типа принадлежит Д. Йингрену. У него религия выступает как система верований и практических действий, с помощью которых группа людей справляется с конечными проблемами человеческой жизни. Понятно, что за этими взглядами легко «читается» Б. Малиновский (кстати, ярый последователь Э. Дюркгейма) с его мыслью о том, что религия помогает решить неизбежные проблемы человеческой жизни (например, смерть члена группы). Сходные определения предлагали У. Л. Колб, К. Данлоп и другие авторы. Близки к такой точки зрения и те исследователи, которые определяют религию как высший и наиболее общий уровень развития культуры — такая позиция характерна для старшего поколения функционалистов, социологов и антропологов типа Т. Парсонса, Р. Беллаха и К. Гирца. В. Пиварский считает, что такой подход — удобная позиция и для социально-психологического подхода (Piwowarski, 1974).

С психологической точки зрения, главным в религии является феномен веры. С ним и связаны основные слагаемые, образующие психологический уровень изучения религии — от наличия вполне определенных психологических корней религии до психологии религиозности верующих и отдельных психологических проявлений этой религиозности в виде как самой веры, так и производных от нее суеверий, религиозного культа, экстаза, фанатизма и т. д.

Корни религии

Мало кто теперь возражает против понимания религии как одной из форм общественного сознания. С психологической точки зрения, «основным объектом психологии религии как раздела социальной психологии является обыденное религиозное сознание широких масс верующих или религиозная психология как один из элементов обыденного сознания в целом» (Евгеньева, 1988). Принято выделять социальные, гносеологические и психологические корни религии.

Социальные корни религии. Воинствующие атеисты-социалисты, разумеется, несколько упрощали дело, когда писали: «Бессилие эксплуатируемых классов в борьбе с эксплуататорами так же неизбежно порождает веру в лучшую загробную жизнь, как бессилие дикаря в борьбе с природой порождает веру в богов, чертей, в чудеса и т. п.» (Ленин, 1967-1984). Однако социальные функции религии были признаны и западным светским научным сообществом. А. Рэдклифф-Браун, например, считал, что социальная функция религии состоит в том, чтобы заставлять членов группы поддерживать общие страхи и надежды и тем самым укреплять социальные связи. Так, он писал: «Мы исходим из гипотезы, что социальные функции религии не зависят от ее истинности или ложности, что религии, которые мы считаем ошибочными или даже абсурдными... могут быть частями социального механизма и что без этих «ложных» религий социальная эволюция и развитие современной цивилизации невозможны» (Radcliffe-Braun, 1959). Ф. Энгельс писал: «...Всякая религия является не чем иным, как фантастическим отражением в головах людей тех внешних сил, которые господствуют над ними в их повседневной жизни, — отражением, в котором земные силы принимают форму неземных». И продолжал: «Фантастические образы, в которых

первоначально отражались только таинственные силы природы, приобретают теперь также и общественные атрибуты и становятся представителями исторических сил» (Маркс, Энгельс, 1951-1984). Именно в этом смысле религия есть опиум для народа.

Нужно признать, что на определенных этапах истории религия действительно выступает в качестве своего рода «обезболивающего средства» от многих социальных невзгод и неурядиц. В значительной мере эта функция сохраняется до сих пор, однако теперь ее уже следует рассматривать как социально-психологическую функцию.

Гносеологические корни религии. Первые религиозные первобытные верования человека зародились много тысячелетий назад и являлись фантастическим отражением в сознании людей их зависимости от природы, чувства страха перед ее таинственными силами и поисков средств воздействия на них. Первобытный человек, не обладая необходимыми знаниями об окружающем внешнем мире, находясь на низком уровне развития производительных сил, практически полностью зависел от природы. Соответственно, он нуждался в объяснении того, что происходит с ним и вокруг него. Так рождались мифологические образы и целые «картины» мира — праоснова религиозных картин сотворения мира.

Общеметодологическую неизбежность появления религии все материалисты обычно объясняют спиралеобразным характером самого процесса познания. Если попытаться превратить «кусочек этой кривой линии... в самостоятельную, целую, прямую» (Ленин, 1967-1984), то есть, говоря современным языком, абсолютизировать одну из сторон какого-либо явления или процесса, оторвать ее от иных сторон, то в результате мы получим в сознании иллюзорное отражение явления или процесса в целом, в том числе и в виде религиозных представлений. С этим теперь согласно большинство исследователей.

Таким образом, ни социальные, ни гносеологические корни религии сами явно оказываются не в состоянии самостоятельно объяснить данный феномен. Даже самые воинствующие материалисты, сталкиваясь с этими трудностями, были вынуждены со временем обращаться к субъективным факторам. Трудно возражать против справедливой и ныне мысли: «Религии создаются людьми, которые сами ощущают потребность в ней и понимают религиозные потребности масс» (Маркс, Энгельс, 1951-1984).

Психологические корни религии. Очевидно, что, со светской точки зрения, религия — это одна из форм мифологического, первобытного сознания. Она является отражением определенного этапа развития этого сознания, связанного с праисторией развития человечества. В определенном смысле история религии совпадает с историей развития психологии масс.

При рассмотрении психологических корней религии выделяют четырех группы факторов. Во-первых, это способность человеческого сознания к формированию достаточно абстрактных понятий. Во-вторых, это неосознанные компоненты мышления и деятельности. В-третьих, это человеческие эмоции. Наконец, в-четвертых, это психологическая дихотомия «мы»—«они», лежащая в основе формирования всех человеческих общностей.

С первой группой факторов все достаточно понятно. Ограничимся цитатой: «Процесс познания человеком окружающей действительности основан на способности человеческого сознания к формированию абстрактных понятий, к выделению общих, наиболее существенных сторон этой действительности и составляющих ее явлений.

Без этой способности невозможно представить себе развитие научного познания и все достижения науки. В то же время в ней заложена возможность дальнейшего развития элементарных абстракций, превращения в самостоятельные фантастические представления, не только полностью оторванные от своей объективной основы, но и обладающие способностью влиять на человеческую деятельность» (Евгеньева, 1988). С этой точки зрения, «образ бога есть не что иное, как оторванное от своей материальной основы представление об идеальном человеке» (Евгеньева, 1988).

Давно известна и роль второй группы факторов. Еще до 3. Фрейда — классика исследований бессознательного — Л. Фейербах писал: «Человек со своим Я или сознанием стоит на краю бездонной пропасти, являющейся, однако, не чем иным, как его собственным бессознательным существом, представляющимся ему чужим» (Фейербах, 1955). Соответственно, у людей неизбежно возникала неосознанная потребность в том, чтобы вытеснить это «бессознательное существо», опредметить его, отделить от себя и даже в чем-то противопоставить себе. К. К. Платонов писал: «Не только первобытному, но и современному человеку, не понимающему связи своего удачного действия с автоматизированным навыком, так же как не понимающему причин своего ошибочного действия, причин непроизвольного воспоминания, ассоциации, найденного решения и т. д., часто кажется, что ему кто-то помогает или мешает» (Платонов, 1975). Вот она, «потусторонняя сила».

Неоспоримо значение и третьей группы факторов, относимых к психологическим корням религии — человеческих эмоций. Еще древнеримский поэт Публий Стаций сказал: «Страх создал богов». Как человеческая эмоция, страх носит достаточно универсальный характер. Он всегда современен — каждая эпоха имеет свои страхи. Понятно, что страхи Публия Стация и современного человека различны. Однако по сути страх — одна и та же, наиболее глубинная эмоция человека. «Страх перед слепой силой капитала, которая слепа, ибо не может быть предусмотрена массами народа, которая на каждом шагу жизни пролетария и мелкого хозяйчика грозит принести ему и приносит "внезапное", "неожиданное", "случайное" разорение, гибель, превращение в нищего, в паупера, в проститутку, голодную смерть — вот тот корень современной религии, который прежде всего и больше всего должен иметь в виду материалист...» (Ленин, 1967-1984). Но не только материалист — эмоциональные корни религии признаны давно. Почти так же давно известно, например, и предельно эмоциональное явление катарсиса — его знали еще пифагорейцы, задолго до Платона и Аристотеля. Катарсис, «очищение», является компонентом психологической структуры многих религиозных действий — проклятия, молитвы, жертвоприношения и особенно исповеди — во всех их различных и многообразных формах.

Остановимся подробнее на четвертой группе факторов — психологических «корней» религии. Развивая идеи Б. Ф. Поршнева относительно древнейшей дихотомии «мы»—«они», фактически сформировавшей человеческое сознание, К. К. Платонов достаточно здраво писал: «...он не увидел в ней одного из социально-психологических корней религии. Дело в том, что "они" всегда кажутся более сильными, более могущественными, чем есть на самом деле. "Они" всегда вызывают страх. Для первобытного человека "они" — это наиболее простое объяснение всех непонятных неприятностей. Из понятия "они" с его характерной эмоциональной окраской легко возникает и психология тотема, и психология фетиша, и психология анимизма... Общим для любой религии является вера в то, что "они" могут воздействовать на "меня" и "нас"...

"они" чаще мешают, чем помогают, и в словах "черт меня дернул" в пережиточном виде также содержится элемент тем же вызванного суеверия» (Ленин, 1967-1984).

Однако уже задолго до Поршнева и Платонова близкие идеи развивал основоположник социологии религии Э. Дюркгейм. Будучи социологом-позитивистом, обреченным искать во всем «социальные факты», он был совсем не чужд и психологии. Соответственно, религия определялась им как «связная система верований и обычаев, относящихся к священным вещам, т. е. вещам отделенным, запретным, это система таких верований и обычаев, которые объединяют в одну моральную общину... называемую церковью, всех тех, кто признает эти верования и обычаи»[1]. Под религиозными представлениями и чувствами Дюркгейм понимал коллективные представления и чувства. «Когда более или менее сильное возбуждение разделяется группой людей, оно неизбежно принимает религиозный характер» (Дюркгейм, 1900). Дюркгейм не сводил религию исключительно к вере в Бога. «И современное общество, по Дюркгейму, религиозно, даже если интеллектуальные функции религии отступают на задний план в пользу моральной интеграции, которая находит свое выражение в национальных и политических символах» (Яблоков, 1979). Дюркгейм считал совершенно однотипными собрания христиан, ритуально отмечающих главные события из жизни Христа, или иудеев, празднующих исход из Египта, провозглашение десяти заповедей, с собраниями и митингами граждан в память какого-нибудь национального события. Основной функцией религии Дюркгейм считал не столько объяснение мира, сколько возбуждение эмоций и чувств радости и экзальтации, побуждение к действию. Он считал, что именно религия отвечает устойчивым «коллективным потребностям», имеющимся в каждом обществе. «Не может быть общества, которое не чувствовало бы потребности поддерживать, оживлять и подкреплять через правильные промежутки времени коллективные идеи и чувства, из которых складывается его единство. ...Но ведь это нравственное оживление и подбадривание может быть получено лишь путем собраний, на которых личности сообща подкрепляют свои общие чувствования...»[2]

Развивая сходные мысли, И. Хейзинга рисовал конкретные картины того, как осуществлялась «взбадривающая» функция религии в Средневековье. «XV век демонстрирует острую религиозную впечатлительность... Это страстное волнение, порой охватывающее весь народ, когда от слов странствующего проповедника горючий материал души вспыхивает, точно вязанка хвороста. Это бурная и страстная реакция, судорогой пробегающая по толпе и исторгающая внезапные слезы, которые, впрочем, сразу же высыхают» (Хейзинга, 1988). И — в другом месте: «Не столь часто, как процессии и казни, появлялись странствующие проповедники, возбуждавшие народ своим красноречием. Мы, приученные иметь дело с газетами, едва ли можем представить себе ошеломляющее воздействие звучащего слова на неискушенные и невежественные умы того времени. ...Все это — настроение английских и американских сектантских бдений, атмосфера Армии спасения, но без каких бы то ни было ограничений и на глазах у всех» (Хейзинга, 1988).

Согласимся, что от этого уже остается всего только один шаг до тех картин, которые рисовал Б. Ф. Поршнев, демонстрируя роль суггестивных механизмов в форми-

[1] Цит. по: Происхождение религии в понимании буржуазных ученых. М., 1932. С. 24. -

[2] Там же. С. 63-64.

ровании психологии масс. Ну а 3. Фрейд, анализировавший церковь как конкретный феномен психологии масс, вообще может считаться учителем И. Хейзинги. Правда, с одной, но принципиальной оговоркой. И Дюркгейм, и Хейзинга, и многие другие описывали механизмы естественных масс. Фрейд же рассматривал церковь как массу искусственную.

Как бы то ни было, все сказанное демонстрирует главное: религия — одна из форм своеобразной «упаковки» для ряда фундаментальных психологических факторов. Такими «упаковками» были, например, по Дж. Фрэзеру, магия, религия и наука. Затем, со временем, на их место постепенно пришла идеология. Как известно, Т. Парсонс считал задачей социологии религии анализ условий и форм коллективной, массовой организации. Отталкиваясь от этого, он понимал религию как систему верований (неэмпирическую и ценностную), отличая ее от иных «уровней узаконения» норм массовой психологии: науки (эмпирической и неценностной), идеологии (эмпирической и ценностной), философии (неэмпирической и неценностной). Как мы видим, все это и есть те контрконтрсуггестивные механизмы, о которых говорилось в первой части книги и которые, по Б. Ф. Поршневу, как раз и обеспечивают единство и сплоченность масс, сохранение и развитие всей массовой психологии, недопущение ее излишней индивидуализации и хаоткзации ради дальнейшего общесоциального развития.

В качестве иллюстрации данной мысли приведем несколько цитат. С одной стороны, такая мировая религия, как христианство, «как и всякое крупное революционное движение, было создано массами» (Маркс, Энгельс, 1951-1984). С другой стороны, в определенных социально-политических условиях бывает так, что чувства масс «вскормлены... исключительно религиозной пищей; поэтому, чтобы вызвать бурное движение, необходимо... собственные интересы этих масс представить им в религиозной одежде» (Маркс, Энгельс, 1951-1984). Таким образом, религия есть порождение психологии масс (и в этом смысле психология масс — главный психологический «корень» религии). Одновременно религия есть один из наиболее эффективных инструментов воздействия на психологию масс. Массы сами создали суггестивные механизмы огромной силы, и оказались затем под их влиянием. То есть религия — не только удобная «упаковка» для психологии масс. Это еще и механизм ее формирования.

Социально-психологические функции религии

Анализ специальной литературы показывает, что принято выделять пять основных социально-психологических функций религии.

Тот же анализ легко показывает, что основной функцией религии в социально-психологическом контексте безусловно является *интегрирующая функция.* От О. Конта и Г. Спенсера практически все исследователи считали именно религию средством достижения «единства», «объединения», «систематизации», «координации» и, наконец, «интеграции». Религия сплачивает индивидов в массы верующих. Мировые религии в своем развитии способствовали единению значительных масс людей. Так. только одна Римская империя, ликвидировав политические и социальные различия в жизни многих отдельных народов, ликвидировала и различия между религиями, породив единое для всех христианство. Оно же, в свою очередь, закрепило те дости-

жения этой империи, которые иначе были бы обречены на вымирание, как и многие предшествовавшие цивилизации. «Все религии древности были стихийно возникшими племенными, а позднее национальными религиями, которые выросли из общественных и политических условий каждого народа и слились с ними. Раз были разрушены эти их основы, сломаны унаследованные общественные формы, установленное политическое устройство и национальная независимость, то, разумеется, рушилась и соответствующая им религия» (Маркс, Энгельс, 1951-1984). Ислам, который в период своего зарождения отражал объективную историческую необходимость объединения разрозненных арабских племен, использовал дихотомию «мы» («правоверные») — «они» («неверные») как основу для формирования самосознания арабов. Развитие православного христианства стало фактором сплочения и возникновения национальной идентификации великороссов. Можно приводить много таких примеров.

Интегрирующая функция сплачивает единоверцев. Психологическая основа такого сплочения — «мы-сознание», стимулирующее ощущение единства, взаимосвязи людей, принадлежащих к данной общности. На некоторых этапах общественного развития «мы-сознание» компенсирует отсутствие этнического единства в рамках государственного объединения. Универсализм католицизма долго был фактором государственного и регионального социально-психологического единства народов Латинской Америки. Протестантизм поднял США до уровня великой державы. Уже упоминавшийся ислам, объединивший арабские племена в единую общность, изначально опирался на концепцию государства как религиозной общности.

Для стран с доминированием одного религиозного направления характерно отождествление в массовом сознании религиозного и национального. Идея исключительности своего народа, своей нации также основана на вере. Если господствующие религиозные представления не обеспечивают социально-психологической основы национальной интеграции, то предпринимаются попытки возрождения идей, символов и ритуалов более древних культов. Пример — Германия эпохи фашизма, где пропаганда идеи немцев — наследников древней арийской расы сопровождалась внедрением ритуалов средневековых христианских крестоносцев, а также мистическими обрядами древнегерманских языческих культов.

Интегрирующая функция религии обычно поддерживается соответствующей системой обрядов и ритуалов (таких как коллективная молитва), подкрепляющих «мы-сознание», чувство принадлежности к данной религиозной общности. Здесь интегрирующая функция смыкается с другой, *коммуникативной функцией* религии.

Участие в религиозных обрядах удовлетворяет потребность людей в общении. Его центром часто как раз и является церковь, мечеть, молитвенный дом или иное место для собраний верующих. Коммуникативная функция религии — это своеобразный компенсаторный механизм по отношению к свойственному современному обществу феномену массового отчуждения. Это же связано с проявлениями еще одной, *компенсаторной функции* религии.

В целом, под компенсаторной функцией понимается иллюзорное восполнение неспособности людей на определенных этапах развития управлять своими собственными общественными отношениями. Возникающее при этом чувство зависимости от социальных сил определяется понятием «отчуждение». «Это закрепление социальной деятельности, это консолидирование нашего собственного продукта в какую-то веще-

ственную силу, господствующую над нами, вышедшую из-под нашего контроля, идущую вразрез с нашими ожиданиями и сводящую на нет наши расчеты, является одним из главных моментов во всем предшествующем историческом развитии. Социальная сила... представляется данным индивидам не как их собственная объединенная сила, а как некая чужая, вне их стоящая власть, о происхождении и тенденциях развития которой они ничего не знают; они, следовательно, уже не могут господствовать над этой силой, — напротив, последняя проходит теперь ряд фаз и ступеней развития, не только не зависящих от воли и поведения людей, а наоборот, направляющих эту волю и это поведение» (Маркс, Энгельс, 1951-1984).

Компенсируя эту зависимость, религия объясняет непонятные закономерности общественного развития «божьим промыслом» и «божественной волей». Это дает надежду на вмешательство Бога, на его помощь. В свою очередь, желание воздействовать на Бога, заставить его помочь разрешить те или иные проблемы пронизывает всю религиозную деятельность верующих.

Разумеется, религия выполняет и важную *мировоззренческую функцию.* Она всегда выступает как основа системы ценностей и в обществе в целом, и в сознании отдельного человека. Догматы религии — это итог, результат систематизации непосредственного опыта, реальных и иллюзорных представлений, которые формируются массовым сознанием. В своей «организованной» форме они вновь воздействуют на массовое сознание, помогая человеку не только соединять свои знания об окружающей действительности в цельную и относительно непротиворечивую «картину мира», но и выбирать правильную линию поведения.

В этом проявляется тесная связь мировоззренческой функции религии с другой, *регулятивной функцией.* Последняя проявляется в том, что религия реально регулирует поведение людей в обществе, создает и поддерживает систему норм и правил жизни. Хорошо известно, например, что в средневековых общественных отношениях «политика и юриспруденция, как и все остальные науки, оставались простыми отраслями богословия... Догматы церкви стали одновременно и политическими аксиомами, а библейские тексты получили во всяком суде силу закона» (Маркс, Энгельс, 1951-1984). Почти аналогично шариат в исламе сложился как обоснованная божественными предписаниями система правил общественной и государственно-политической жизни. Подчеркнем, что регулятивная функция религии связана с регуляцией не только собственно религиозной деятельности, но и всей массовой обыденной жизни людей. В конечном счете, и христианские десять заповедей и, скажем, каноны шариата направлены почти на одно и то же — на формирование массового сознания и нормативного поведения значительных общностей людей. Понятно, что сказанное еще раз подчеркивает важную роль интегрирующей функции религии. Главный же интегратор — разумеется, сама вера.

Психология веры

Всю историю изучения религии можно представить как непрерывный поиск того, что могло бы быть обозначено как «минимум религии», как ее своего рода «молекулярная единица», присущая всем религиям — от самой примитивной до самой сложной.

Это вопрос о том фундаменте, опорном камне, на котором стоит религиозная психология. Вслед за Э. Тейлором Л. Я. Штернберг писал о необходимости такого определения религии, которое «одинаково подходило бы и к верованию самоеда, секущего своего идола, когда его охота неудачна, и к верованиям финикиян, сжигавших на костре своих детей к угоду божеству, и к верованиям вавилонян, посылавших в храм Астарты своих дочерей и жен проституироваться, отдаваясь первому встречному чужеземцу, и к религии христианина, которая требует, чтобы люди полагали жизнь свою за ближнего, и к религии буддизма, в основе которой лежит в сущности полнейший атеизм...» (Штернберг, 1936). Таким «минимумом религии», по общему признанию, в социально-психологическом плане может быть названо только одно — чувство веры.

Справедливо отмечал К. К. Платонов: «Не понимая сущности психологии веры, трудно правильно понять многие другие явления религиозной психологии, в частности психологию молитвы, заклинания, заговоров, исповеди и всякого рода суеверий и предрассудков» (Платонов, 1975). Однако достичь такого понимания не просто.

В подобных поисках достаточно логично опираться на мнения самих «отцов церкви», много размышлявших над местом и ролью веры в религии. В основу понимания веры практически все теологи обычно кладут слова, приписываемые апостолу Павлу: «Вера же есть осуществление ожидаемого и уверенность в невидимом». Доктор православного богословия, ректор Киевской духовной академии архимандрит Антоний в свое время так разъяснял это определение:«... то есть это суть истины, недоступные опыту и превышающие разум человеческий, чем отличается вера от знания» (Антоний, 1862). А. Введенский утверждал, что за вычетом из религиозной жизни всего того, что имеет смысл с земной точки зрения, в ней остается нечто, что не может быть осмыслено и понято с этой точки зрения и без чего религия теряет весь свой смысл, — «останется некоторый X (отношение к божеству), без разгадки которого мы не поймем ее существа» (Введенский, 1902). Понятно, что именно «отношение к божеству» и есть вера. Либо вера есть, и тогда есть божество, либо веры нет, и есть атеизм.

Л. Фейербах приводил слова Мартина Лютера: «Все члены нашего символа веры кажутся *для разума глупыми и смехотворными...* Поэтому не следует домогаться, возможна ли данная вещь; но следует так говорить: Бог сказал, и потому случится даже то, что кажется *невозможным. Ибо* хотя я не могу ни увидеть, ни понять этого, но ведь Господь может *невозможное сделать возможным и из ничего сделать все»* (Фейербах, 1955). Позднее это не раз было повторено и в православии: «...невозможность полного постижения разумом содержания догматических истин составляет одно из основных положений православного богословия»[1].

Однако бесспорным является то, что наиболее кратко, четко, жестко и последовательно сущность веры определил римский раннехристианский богослов Тертуллиан: «Верую, потому что абсурдно». Эта формула навсегда защитила веру от доводов разума.

«Вера — это чувство, создающее иллюзию познания и реальности того, что создано фантазией с участием этого *же* чувства. Оно является обязательным компонентом структуры религиозного сознания и, следовательно, минимумом религии» (Платонов, 1975). Вера — это, как правило, утверждение без каких бы то ни было доказательств.

[1] Подробно эти факты см.: *Букин В. Р.* Социальная психология и религия. // Проблемы общественной психологии. М, 1962. С. 355.

Религиозные представления рождаются не в сознании отдельного человека, они не являются итогом анализа собственного опыта людей. Они внедряются в их сознание в готовом виде. Поэтому любые попытки анализа убивают веру. Поэтому вера и анализ нетерпимы друг к другу.

Очевидно, что при таком понимании вера сближается с целым рядом уже рассматривавшихся нами в первой части книги явлений: с внушением, психическим заражением, подражанием, основанными на иррациональных эмоциях и соответствующем поведении. Вера — это, по сути, и есть психологическая готовность к заражению, внушению и подражанию. Одновременно это есть и результат внушения, заражения и подражания. Это базовый элемент всей структуры восприятия и усвоения суггестивных воздействий и одновременно результат таких воздействий.

Чувство веры, как это свойственно любой эмоции, поддается действию «циркулярной реакции» и «эмоционального кружения». Вера легко образует массу верующих. И наоборот, в массе легко распространяется и укрепляется вера, часто достигая уровня неудержимого аффекта и принимая форму религиозного экстаза. Камлания шаманов, изгнание бесов, самобичевание цепями во время праздника «шахсей-вахсей», феномен кликушества — таковы разнообразные варианты проявления религиозного экстаза, подчас доходящего до религиозного фанатизма. «Состояние экстаза, то есть сильного эмоционального возбуждения, сопровождающегося утратой контроля над своими действиями, а иногда и зрительными и слуховыми галлюцинациями, было характерной чертой большинства древних традиционных культов... В последние годы наиболее типичным случаем использования религиозного экстаза для воздействия на сознание и поведение людей является деятельность евангелических проповедников, а также большинства так называемых нетрадиционных сект» (Евгеньева, 1988).

Религиозный культ: психология религиозных действий

Каждая религия включает в себя набор особых действий, необходимых верующим как для выражения своей принадлежности к религиозной общности, так и для укрепления своей веры, своей идентификации с данной общностью. Совокупность таких действий обычно и представляет собой *религиозный культ.*

Религиозный культ для верующих — это практически почти любые символические действия, основанные на вере в возможность влияния с их помощью на сверхъестественные объекты и их свойства. Культовые действия первобытных людей были предельно конкретны. Шаман, обращаясь к богам и вовлекая соплеменников в ритуальные действия, просил послать дождь или удачу в охоте. В современных религиях не обязательны конкретные просьбы. Культ необходим верующим для доказательства той их веры, которую они демонстрируют Богу с помощью особой системы действий, происходящих, как правило, в храме (культовом сооружении) под руководством служителей культа. Участие в таких действиях частично удовлетворяет основные потребности социального бытия: потребности в общении, в принадлежности к общности.

в социальном статусе. Выполняют они и специфически психологические функции, например, снятие эмоционального напряжения верующих. Социально-психологический анализ группового богослужения в храме позволяет выделить в нем три последовательных этапа, в ходе которых происходит нарастание эмоционального напряжения, затем кульминация и наконец разрядка в виде усиления спокойных положительных эмоций. В этом проявляется своеобразное психотерапевтическое действие культа.

«В процессе выполнения религиозных культовых действий происходит подкрепление и усиление религиозных настроений в сознании верующих по тем же законам, по которым формируются и усиливаются настроения толпы. При этом мы можем наблюдать действие психологических механизмов, свойственных стихийному поведению. Это механизм внушения, подражания и заражения» (Евгеньева, 1988). В религиозном культе используются разнообразные инструменты активного воздействия на психику людей. Эмоциональная сторона собственно культовых действий подкрепляется системой религиозных символов, часто выражаемых через художественные образы. В культе почти непременно присутствуют музыка, песнопения, длительное ритмичное повторение однообразных слов и движений, вызывающих определенные эмоции.

Приведем только один, хотя и достаточно убедительный пример. В 1953 г. всем настоятелям московских соборов было разослано специальное патриаршее послание, в котором им настойчиво рекомендовалось создавать у всех молящихся «особое настроение», при богослужении учитывать абсолютно все, вплоть до освещения и песнопений, чтобы ничто постороннее, земное, не отвлекало молящихся от высокого устремления к Богу. В этом послании говорилось, в частности, что яркое освещение в соборе не располагает к молитве, лишая покрова таинственности и ожидания, и рекомендовалось иметь в храме слабый свет, так как мерцание лампад и восковых свечей наиболее отвечает настроению молящихся. «Чем темнее в храме, — говорилось в послании, — тем ярче будет гореть в сердце молящихся внутренний божественный свет, тем действеннее будет молитва и доступнее исповедь»[1].

Феномен взаимного эмоционального заражения, обычно наблюдаемый во время религиозных праздников с участием большого числа верующих, всегда создает общее эмоциональное состояние, способствующее эффективному действию механизмов внушения и самовнушения. Типичными примерами проявлений такого эффекта являются массовые видения и другие религиозные «чудеса». Так, впечатления от видения святой девы Марии, явившейся в 1858 г. девочкам в Лурде (Франция), а в 1917 г. целой группе верующих в Фатиме (Португалия), быстро распространились на толпы местных жителей, а затем и на многочисленных паломников. В 1979 г., во время революции в Иране, многие тысячи жителей Тегерана видели в полнолуние портрет аятоллы Хомейни на Луне. Примеров такого рода немало. В целом же, вполне справедливо замечено: «...религиозный культ стал первой в истории общества организованной формой манипулирования сознанием масс» (Евгеньева, 1988).

Среди религиозных действий, основанных на психологическом феномене веры, обычно выделяются три: молитва, жертвоприношение, исповедь. Психологически к

[1] См.: Журнал Московской патриархии, 1956, № 6. С. 46.

ним обычно достаточно близки и некоторые сходные действия, опирающиеся на так называемую ложную веру — суеверия, предрассудки и предчувствия.

В истоках *психологии молитвы* лежат магический заговор и заклинания. Это слова, которые якобы имеют чудесную силу и свойство действовать не только на других людей, животных и силы природы, но и на духов, и на богов. Это те самые, теперь уже почти бытовые: «Сгинь! Рассыпься! Пропади! Исчезни! Изыди!».

Познав суггестивную силу слова и вербального межчеловеческого общения на самом себе, когда-то человек поверил, что аналогичным образом можно защитить себя от нападающих людей, животных и злых духов. Со временем заклинание стало и благодарственным, и просительным — в благодарности всегда есть элемент скрытой просьбы, как бы «на следующий раз». Так, постепенно, заклинание превращалось в молитву, в которой часто содержится просьба о чуде. Обычно наиболее эффективной считается групповая, однако практикуется и индивидуальная молитва.

Игуменья Евфрасия, настоятельница монастыря в Дялу-Тырговиште (Румынская православная церковь) писала: «Люди сегодня секуляризированы и бегут от молитвы, ибо боятся заглянуть в свою собственную жизнь, которая часто хаотична, неосмысленна и неопределенна в Боге. Молитва восстанавливает дух человеческий, сообщая ему состояние пребывания в братстве и любви с другими людьми. Она делает человека личностью. Человек молится, обращая лицо свое к Богу, как подсолнечник обращается к солнцу, — Источнику жизни и единства»[1].

Скептично настроенный русский писатель И. М. Тургенев говорил, что всякая молитва в сущности всегда сводится только к одному: «Сделай, Господи, так, чтобы дважды два было не четыре, а пять!». С другой стороны, иногда бывает и не такое. Врачи одного из медицинских центров США провели в конце 90-х годов XX века любопытный эксперимент. Семьдесят пять пожилых христианок молились о выздоровлении неизвестных им больных. Оказалось, что в группе «отмаливаемых» пациентов осложнений после операций было на целых 10 % меньше, чем у другой, «контрольной» группы[2]. Дальше начинается проблема выбора, который каждый человек будет делать, разумеется, с учетом своей собственной веры в правоту той или иной позиции.

Жертвоприношение — один из древнейших религиозных культов. В этом акте в фантастической форме отразилась традиционная норма обыденных человеческих взаимоотношений взаимопомощи или купли-продажи: «Ты мне — я тебе». Древнегреческий философ-атеист Лукиан говорил: «Боги ничего не делают безвозмездно, но продают людям разные блага...»[3] Пожертвования монастырю, свечка к иконе, выполнение какого-либо обета — все это отражение веры в возможность «откупа» или «расплаты» за старые грехи или новые блага.

Психология исповеди связана с психологией молитвы и жертвоприношения. Каясь в грехах, верующий не просто «просит прощения» — он верит, что если попросить хорошенько, то прощение будет реально получено. Неприятный акт «сознания в соде-

[1] Евфрасия. Жизнь во всей ее полноте: монашеский опыт. // Журнал Московской патриархии, 1984. № 2. С. 68.

[2] См.: Она, 2000, № 1. С. 36.

[3] Цит. по: Платонов К. К. Психология религии. // Социальная психология. М.: Политиздат, 197: С. 307.

янном» (особенно при развитом чувстве «гордыни») переживается как своеобразная жертва, которая будет вознаграждена. Есть и еще одна сторона исповеди, отражающая известную житейскую мудрость: разделенная радость — двойная радость, разделенное горе — половинное горе. В процессе исповеди верующий человек как бы перекладывает тяжесть содеянного поступка на плечи исповедника, делится с ним и поступком, и ответственностью за него. Это усиливает действие катарсиса, свойственного не только молитве, но и любой задушевной беседе с другом о своих проблемах и неприятностях. В этом скрыт залог успеха не только духовников, но и психоаналитиков, и психотерапевтов различных школ.

Психология суеверий

По мнению К. К. Платонова, *суеверия* — это рудиментарные осколки прошлых религий. Это как бы кладбища былых богов и связанных с ними культов в^ассовой психологии. Иногда, однако, это и благоприобретенные, новые верования, близкие по психологическому происхождению к неврозу навязчивых состояний. В силу этого бороться с ними практически невозможно — они составляют «бытовую подкладку» нашего сознания.

Типичный пример суеверия — это представление о связи, якобы существующей между каким-либо предметом, выступающим в роли амулета, и удачей в делах. А также, наоборот, между плохой приметой и последующими неудачами и даже несчастьями человека. Приметой может служить любое обыденное и распространенное в жизни явление. Так, в странах Европы принято считать предвестником несчастья встречу с черной кошкой. В США и Латинской Америке считается: тот, кто пройдет под лестницей-стремянкой, наживет большие неприятности. Для проверки в 1939 г., во время Всемирной выставки в Нью-Йорке, был проведен своеобразный психологический эксперимент. В вестибюле поставили большую стремянку. Она никак не мешала проходу, но 70 % из нескольких миллионов посетителей выставки предпочли сделать специальный крюк, чтобы обойти ее.

Психологическое объяснение большинства существующих суеверий — поиск логической связи между событиями, наступающими одно после другого. Здесь действует известная формула: после того — значит, вследствие того. Разумеется, это логическая ошибка. Однако в психологии масс представления о вполне возможной сверхъестественной связи между близкими или совпадающими по времени явлениями до сих пор продолжает сохраняться и служить источником веры в приметы, предчувствия и гадания. Помогает здесь и особая избирательность нашей памяти: одна сбывшаяся примета или некое предсказание запоминаются лучше, чем десяток несбывшихся. Ф. Бэкон писал об этом: «Таково основание почти всех суеверий — в астрологии, в сновидениях, в предзнаменованиях, в божественных определениях и тому подобное. Люди, услаждающие себя подобного рода суетой, отмечают то событие, которое исполнилось, и без внимания проходят мимо того, которое обмануло, хотя последнее бывает гораздо чаще» (Бэкон, 1935).

Одно из типичных суеверий — вера в *предсказания, гадания, гороскопы* и т. д. В конце 80-х гг. XX века только в США существовало 12 000 астрологов, еще 175000 американцев совмещали астрологию с другими занятиями, а 1250 американских газет регулярно публиковали гороскопы[1]. Сегодня и наша страна ненамного отстает от таких показателей. Как еще сто лет назад сказал о подобных явлениях поэт А. Блок: «Начало века, декаданс, маразм интеллигенции».

Одно из типичных суеверий — вера в *предчувствия.* Ее основа — это подмена предчувствием предположения. Предположение — это допущение события, вероятность которого еще не известна. Умение предполагать — ценное свойство интеллекта. Однако сочетание предположения с чувством тревожного ожидания часто переживается людьми как предчувствие. Обычно это происходит в условиях реальной или потенциальной опасности и значительного нервного напряжения, стресса. Если развитие событий не подтвердит предчувствие, то оно легко забывается. Однако подтверждение предчувствия, напротив, непроизвольно запоминается. Так создается суеверное убеждение, легко перерастающее в предрассудок: «предчувствие меня никогда не обманывает».

Близка к вере в предчувствия и вера в *загадывание,* развивающаяся по сходному механизму. Гадание на ромашке («любит — не любит...»), игра в «чет — нечет» и тому подобные привычки — это тоже разновидность предрассудков и суеверий. •

Суеверия осуждаются догматической религией, хотя психологическая природа и структура суеверия иной раз мало отличается от канонизированной веры. Отличия часто сводятся в основном к идейным компонентам, которые определяют содержание суеверия.

С одной стороны, суеверия бывают очень близки к вере. Однако, с другой стороны, часто они сливаются с предрассудками. Эти два явления религиозной психологии часто путают между собой. В психологической структуре суеверия обычно доминирует чувство веры, тормозящей мышление. Суеверие больше переживается, чем понимается. В его основе лежат лишь эмоции. Еще Б. Спиноза когда-то справедливо утверждал: «...Страх есть причина, благодаря которой суеверие возникает, сохраняется и поддерживается» (Спиноза, 1957). *Предрассудок* же — это явление ошибочной «картины мира», в его психологической структуре преобладает элемент мышления, неправильного понимания, причем обычно внушенного извне. Предрассудок не бывает без суеверия — последнее входит как элемент в его структуру. При этом и суеверия, и предрассудки всегда представляют собой явления обыденной психологии масс, объединяемые под общей рубрикой.

Б. Спиноза считал суеверия хотя и ложными, но все-таки естественными для широких масс. Он искренне полагал, что избавить толпу от суеверий невозможно, да, пожалуй, и не нужно. Вольтер провозгласил известный тезис: «Если бы бога не было, его следовало бы выдумать». П. А. Гольбах писал: «...Атеизм, подобно философии и всем серьезным абстрактным наукам, не по плечу толпе и даже большинству людей» (Гольбах, 1963). Таким образом, психология суеверий — еще более древняя и широкая основа психологии масс, чем даже психология самой религии.

[1] См.: *Евгеньева Т. В.* Психология религии и проблемы работы с верующими. М.: изд-во Института общественных наук при ЦК КПСС, 1988.

Мотивы обращения к религии

Многочисленные социологические опросы и специализированные социально-психологические исследования позволяют дифференцировать религиозную психологию масс, вычленить группы верующих, чья религиозная общность строится на различных мотивах обращения к религии. Именно мотив обращения стоит в центре той массы, которая психологически формируется вокруг церкви. Существует шесть достаточно очевидно различающихся между собой мотивов — соответственно, можно говорить о шести вариантах религиозной психологии масс.

Первая группа верующих — люди, для которых религия выступает как своя форма познания мира. Обычно это крайне малообразованные люди, просто не имеющие никакой иной «картины мира». Зато они очень хорошо знают библейскую онтологию, всю мифологическую основу религии. Сотворение Богом мира и человека, наличие рая и ада, загробной жизни являются для них достаточно реальными вещами.

Ко второй группе относятся верующие, основным мотивом для которых выступает ожидание райского блаженства после смерти. Такой мотив порождается тяжелыми условиями жизни, множеством неудовлетворенных потребностей, а также страхом смерти. Как известно, в большинстве религий описание рая как раз и наполнено самыми приятными вещами. Коран, рожденный в засухе Аравийской пустыни, учит о рае: «В нем реки из воды, не портящейся, и реки из молока, вкус которого не меняется, и реки из вина, приятного для пьющих; реки из меду очищенного» (Коран, 1963). Из всей религиозной теории эти верующие лучше всего знают и помнят положения о бессмертии души и существовании загробной жизни. Страх смерти, хотя и не всегда в осознанной форме, занимает значительное место в сознании современных верующих. Избежать ее для тела невозможно — значит, следует утешаться бессмертием души.

Третью группу верующих в религии интересует не вера в сверхъестественное, а сам по себе религиозный культ. Мотивом их участия в культовых действиях является не столько вера в то, что с их помощью они могут воздействовать на сверхъестественные силы, сколько удовлетворение потребностей в общении, в идентификации себя с определенной большой группой, которое дает такое участие. Как правило, это одинокие люди, не нашедшие своего места в тех группах, к которым они объективно принадлежат в светской жизни, глубоко переживающие феномен отчуждения. Обычно они плохо знают религиозные догматы — кроме тех, которые касаются культовых действий. Число таких людей нарастает по мере маргинализации общества.

Для четвертой группы верующих характерна убежденность в необходимости религии для сохранения человеческой нравственности. Особенно много таких людей среди мусульман, жизнь которых почти полностью регламентирована шариатом — основанном на Коране сводом как религиозных, так и моральных, юридических и многих других норм. Основа их религиозности — убеждение, что без религии, без страха божьего наказания, любые общечеловеческие моральные нормы будут постоянно нарушаться. Главное для них — не участие в религиозном культе, а распространение морально-этических религиозных принципов.

Пятая реально существующая группа — это верующие «на всякий случай». В современном мире распространена низкая интенсивность веры. Соответственно этому

растет число людей, «на всякий случай», время от времени выполняющих основные, наиболее простые предписания религии как бы по традиции, перешедшей от старших членов семьи или референтной социальной группы. Как правило, эти люди редко задумываются о глубинной сущности религиозных предписаний, действуя по принципу: «А вдруг Бог действительно есть?».

Наконец, в качестве шестой группы часто выделяются люди, маскирующиеся под верующих. Речь идет не о манипуляторах, хотя есть и такие, и не о тех, для кого религия является профессией и источником доходов. Такие тоже есть, особенно среди проповедников новомодных сект — не забыт пример главы секты мунистов С. М. Муна, чье многомиллионное состояние было нажито трудами рядовых членов секты. Есть среди них и политики. Так, например, известно, что бывший диктатор Гватемалы Р. Монтт вскоре после вступления в должность президента в 1982 г. объявил себя «пророком», поставленным самим Богом, чтобы спасти страну. Для подтверждения таких заявлений он использовал специально созданную его подручными секту «Церковь слова», деятельность которой преимущественно состояла в поддержке и оправдании массовых репрессий. Дело, однако, не только в них, а в самой возможности манипулирования верой. Приведенный выше пример — явно из области прикладной политической психологии в той ее части, которая изучает манипуляции массовым сознанием в политических целях.

Серьезная же проблема заключается в том, что в странах, где принадлежность к той или иной религии служит критерием политической и социальной «благонадежности», основным, а иногда и единственным мотивом обращения к религии является стремление приобрести более высокий социальный статус. Естественно, именно за этим статусом они и идут в церковь. Не нами сказано: «Париж стоит мессы!».

Разумеется, перечисленные группы и различия между их представителями носят во многом условный характер. Они далеко не исчерпывают всех возможных мотивов обращения к религии, не исключают и существования смешанных типов — верующих, религиозность которых определяется одновременно несколькими мотивами. Однако даже такой, самый первичный анализ религиозной мотивации представляется вполне продуктивным для более глубокого осмысления той реальности, которую принято обозначать как «религиозную психологию масс».

Основные выводы

1. Религия — одна из форм общественного сознания. Основной объект психологи;: религии как раздела социальной психологии — обыденное религиозное сознание широких масс верующих или, иными словами, религиозная психология как один из элементов обыденного сознания в целом. Со светской точки зрения, существует три основных группы корней религиозной психологии. Социальные корни обычно связаны с поисками какого-то выхода из повседневных тягот жизни, связанных с социальным неравенством людей. Гносеологические корни — с ограниченностью человеческого познания, подчас искажающего картину реального мира, Социально-психологические корни связаны с четырьмя основными моментами;

во-первых, со способностью сознания к формированию абстрактных понятий типа понятия «Бог»; во-вторых, с неосознаваемыми компонентами мышления и деятельности, не всегда понятными самому человеку и связываемыми с потусторонними силами; в-третьих, с человеческими эмоциями, требующими выхода — в частности, в религии; в-четвертых, с психологическим разделением «мы — они», лежащим в основе формирования религиозных общностей.

2. Выделяются пять социально-психологических функций религии: интегрирующая, коммуникативная, компенсаторная, мировоззренческая и регулятивная. Особой функцией является пробуждение в человеке чувства веры и поддержание в нем этого чувства.
3. Вера — чувство, создающее иллюзию познания и реальности того, что создано фантазией с участием этого же чувства. Вера является обязательным компонентом религиозного сознания. Как правило, вера выражается в принятии некоторых утверждений без доказательств. Утверждения такого рода не возникают сами собой в сознании отдельного человека и не являются результатом анализа собственного опыта людей. Обычно они внедряются в массовое сознание, причем в готовом виде. По механизму распространения вера связана с психологическими феноменами внушения, заражения и подражания и как результат действия этих феноменов, и как готовность людей поддаваться их действию. Чувство веры, как всякое эмоциональное состояние, поддается влиянию «циркулярной реакции» и «эмоционального кружения». Поэтому вера, с одной стороны, легко образует массу верующих, а с другой стороны, ее распространение и укрепление происходит именно в массе. Только в массе вера может достигать уровня неудержимого аффекта и принимать форму религиозного экстаза.
4. Всякая религия включает набор особых действий, необходимых верующим для выражения своей принадлежности к религиозной общности и укрепления как своей веры, так и личной идентификации с данной общностью. Совокупность таких действий представляет собой религиозный культ. Религиозный культ для верующих — это практически любые символические действия, основанные на вере в возможность влияния с их помощью на сверхъестественные объекты и их свойства. Важнейшие элементы религиозного культа — молитва, разные формы жертвоприношения и исповедь.
5. Выделяются шесть основных мотивов обращения людей к религии. Во-первых, религия привлекает как форма познания и осмысления мира. Во-вторых, она увлекает ожиданием райского блаженства после смерти. В-третьих, привлекает сам религиозный культ, его ритуалы. В-четвертых, религия считается важным условием сохранения нравственности. В-пятых, некоторые обращаются к религии «на всякий случай». В-шестых, особым мотивом оказывается маскировка под верующих ради достижения нерелигиозных целей.

Глава 3.2

Психология моды

*В поисках сущности моды. * Психологические механизмы моды. Я Социально-психологические функции моды. Я Элементы распространения моды. Я Парадокс модника. * Влияние моды на психологию масс.*

Проблема с определением понятия «мода» достаточно сложна, причем сложности очевидны. Как и во многих других случаях в психологии масс, в очередной раз это нечто, что все знают, понимают и чувствуют, но сколько-нибудь четко определить затрудняются. Тем более что всякий раз речь идет о конкретных видах и разновидностях моды — следовательно, о совершенно разных вещах. Мода на одежду и мода на политические идеи, мода на коллекционирование фарфора и мода на автомобили — все это внешне вроде бы разные вещи, всякий раз порождающие совершенно разные определения и значительную путаницу между ними.

В самом широком смысле слова мода определяется как «существующие в определенный период и общепризнанные на данном этапе отношения к внешним формам культуры» («Иллюстрированная энциклопедия моды», 1988). Однако существует мода и как отношение к внутренним формам культуры — идеям, воззрениям. Кроме того, при подобном подходе (как, впрочем, и при большинстве других аналогичных походов) настойчивый акцент делается на конкретность и изменчивость моды, ее обязательную связь с определенными периодами и этапами развития человечества. Обратим внимание на то, что для характеристики одного из обязательных понятий в самом распространенном виде моды — моды на одежду — во всех европейских языках используется одно и то же, заимствованное из итальянского языка слово costume. И означает оно нечто прямо противоположное: обычай, привычка. Таким образом, возникает нечто совершенно несовместимое: постоянно изменчивый обычай, непрерывно меняющаяся привычка. Фокус заключается в том, что на самом деле это действительно так. Мода есть и то и другое. И непрерывная изменчивость, и стабильная устойчивость. Меняются конкретные разновидности моды, но всегда остается мода как особое явление в психологии масс.

Нас интересует мода прежде всего как психологический феномен — безотносительно к тому, на что именно распространяется эта мода. Можно еще более сузить предмет нашего предстоящего рассмотрения: нас интересует мода как массовое явление (включая, впрочем, ее элитную часть — первоначально модным становится нечто уникальное, к чему начинают стремиться все). Наша задача состоит в том, чтобы рассмотреть моду, когда она становится массовой. Это же происходит только тогда, когда она захватывает и охватывает всех или значительную часть людей, формируя особые общности. Впрочем, как раз вскоре после этого она исчезает или меняется — мод-

ным быстро становится нечто совсем иное, уже опять не массовое, а уникальное. То же, что еще недавно было модным, становится рутинным, обыденным, привычным и повседневным.

Близок был к улавливанию традиционного и изменчивого в определении моды А. В. Даль в своем словаре. Он определял моду как «ходячий обычай; временную, изменчивую прихоть в житейском быту, в покрое одежды и в быту». Однако тут и возникала двойственность в определении. С одной стороны, мода — это «обычай», что-то достаточно устойчивое и стабильное. С другой же стороны, та же мода — «изменчивая прихоть». Что же важнее?

В поисках сущности моды

Хотя предположить наличие моды в первобытном обществе трудно — едва ли тогда особенно выделялись какие-то особенные пошивы шкур, — но по крайней мере с античных времен мода существует как достаточно развитый феномен. Соответственно, давно известно и понятие «мода». Этимологически оно ведет свое происхождение от латинского *modus*, что переводится как «мера, способ, правило». В значительной степени такого рода трактовки сохраняют смысл и до нашего времени.

Согласно здравому смыслу, мода — это не что-то особенно выдающееся: это своего рода именно мера уникального и привычного, старого и нового. Это, безусловно, и способ быть соответствующим чему-то общепринятому. Наконец, это, конечно, и некоторое правило, нарушать которое не вполне прилично. Из всего сказанного следует, что само понятие «мода» никогда точно не определялось с эстетической точки зрения, хотя именно к ней, по наиболее распространенному мнению, наиболее близка мода, связываемая с модной одеждой. Ближе всего это понятие при анализе оказывается к социальной психологии, к тем ее разделам, которые связаны с массовым поведением и массовой психологией. Не случайно Б. Д. Парыгин определял моду именно как особое социально-психологическое явление. Он писал: «Мода — это специфическая и весьма динамичная форма стандартизированного массового поведения, возникающая преимущественно стихийно, под влиянием доминирующих в обществе настроений и быстроизменяющихся вкусов, увлечений и т. д.» (Парыгин, 1969).

Трудно согласиться сразу со всем в данном определении. Прежде всего, не совсем понятно, в чем именно заключается специфичность моды как формы массового поведения. Во-вторых, развитие моды в последние десятилетия и появление целой «индустрии моды» заставляет сомневаться в стихийности ее возникновения. В-третьих, далеко не очевидна связь моды именно с доминирующими в обществе настроениями — более явная связь прослеживается со вкусами и увлечениями, а также с тем, как понимается в том или ином обществе такая категория как «престиж». В конце концов, юноши носят джинсы совсем не потому, что у них доминирует некоторое особое настроение, а прежде всего потому, что долгое время это была очень престижная одежда. Еще в XVIII веке английский философ Т. Рид писал: «... Кажется, что человек, одетый по моде, принадлежит к знати и вращается в хорошем обществе»[1]. То есть,

[1] Цит. по: *Орлова Л.* Азбука моды. М., 1988. С. 8.

среди прочего, мода создает иллюзию значимости и значительности человека, если он следует ее рекомендациям.

Согласно еще одной из также не слишком многочисленных социально-психологических попыток определения, мода — это некоторое «массовидное явление, свойственное группе личностей как форма объективизации их мнения о престиже. Мода формируется на основе подражания и в значительной степени является эстетическим вкусом тех, у кого нет собственного. Такие личности следуют моде слепо, не умея приспособить ее к своим индивидуальным особенностям. В этом смысле мода — отраженное, субъективное явление» (Платонов, 1984).

В этом определении приходится поспорить со многим. Почему «массовидное», но «свойственное группе», да еще и «группе личностей»? Опыт показывает, что употребление слова «массовидное» обычно представляет собой камуфляж: дескать, похожее на массовое, хотя и не вполне таковое. Почему, собственно, моде отказывается в статусе действительно массового социально-психологического явления? Трудно представить себе и узкогрупповую моду. Тем более совсем сложно представить себе отдельную, вне общности, подражающую кому-то личность. Или отдельная, самостоятельная личность — или подражание как основной механизм формирования психологии масс, а не личностей. Напомним, что в массе индивидуальная сознательная личность исчезает.

К. К. Платонов предлагает рассматривать «омонимы: мода как объективное социальное отражаемое явление, создаваемое модельерами и дизайнерами (статистика показывает, что мода резко, обычно по закону контраста: юбки "мини" и "макси", широкие и узкие брюки, мелодичная музыка и диссонансы — сменяется примерно через шесть лет); в вариационной статистике, применяемой при анализе психологических данных, мода — наиболее часто встречающееся значение вариантов данного ряда» (Платонов, 1984). В результате здесь как бы в одну кучу соединены чуть ли не все возможные значения понятия «мода»: и моделирование дизайнерами, и мода на одежду, и мода как параметр статистики. Понятно, что при этом исчезает собственно психологическое понимание моды как особого, массового социально-психологического явления.

Любопытно писал о моде один из крупнейших отечественных исследователей психологии масс и, в частности, таких массовых явлений, как мода, Б. Ф. Поршнев: «Люди, придерживающиеся той или иной моды, могут и не принадлежать к какой-либо социологической общности. Но они и не составляют чисто статистической общности, потому что приобщаются к моде не независимо друг от друга по каким-либо одинаковым причинам, а перенимают ее при непосредственном контакте друг с другом. Говорят, что они заражают друг друга. Несомненно, что мода действительно является взаимным подражанием. Однако к области настроения, т. е. социальной психологии, относятся не сами по себе какие-либо модные вещи или действия, а «модность». Тут важна для психолога не столько позитивная сторона, сколько негативная. Человека увлекает не красота или полезность нового, а отличие от людей «немодных»; сама частая смена модных вещей отличает человека от тех, кто этого не делает. Таким образом, носители «модного» образуют некую в высшей степени аморфную, зыбкую социально-психологическую общность. Это как легкое дуновение ветерка среди более мощных и глубоких течений социальных эмоций» (Поршнев, 1979).

Таким образом, Поршнев различал «моду» как реальное жизненное явление, и «модность» как определенную социально-психологическую характеристику, которой

наделяются те или иные предметы, явления, особенности, черты и т. д., тем самым превращаясь в феномены моды. За счет такого разделения он и выделял собственно психологическую специфику явления. Такой подход позволяет отказаться от поиска некоего всеобъемлющего определения моды (как показывает история, это едва ли возможно и явно непродуктивно) и дает возможность сосредоточиться на изучении ее внутренних, собственно психологических механизмов. Только такой, функциональный подход, связанный с пониманием механизмов действия моды, представляется адекватным для понимания моды как феномена массовой психологии.

Психологические механизмы моды

Одна из первых попыток определения не моды вообще, а самого внутреннего механизма развития моды встречается уже у немецкого философа И. Канта в достаточно известном сочинении «О вкусе, отвечающем моде». В этой работе великий мыслитель писан: «Закон этого подражания (стремления) — казаться не менее значительным, чем другие, и именно это, причем не принимается во внимание какая-либо польза, называется модой». Подчеркнем, что это просто подражание без всякой пользы. Кант полагал, что в моде нет никакой внутренней цели, и относил ее к «рубрике тщеславия». Хотя несколько дальше он писал еще о том, что в той же степени мода относится и к «рубрике глупости», так как «при этом имеется некоторое принуждение — поступать в рабской зависимости исключительно от примера, который дают нам в обществе многие». И достаточно внятно завершал ход своих мыслей: «Всякая мода уже по самому своему понятию представляет собой непостоянный образ жизни»[1].

Двойной механизм моды

В основе моды лежит не постоянный, не единый, а переменчивый и множественный механизм. Этот механизм, состоящий из нескольких компонентов, обеспечивает особую динамику моды, быстро делает нечто модным, одновременно превращая что-то предшествующее в явно немодное. Так выглядит ситуация в реальной жизни. Однако, с аналитической точки зрения, психологически все происходит почти совершенно наоборот. Вначале появляется нечто, делающее в глазах людей немодным все предыдущее. И только уже затем это новое нечто становится модным, окончательно вытесняя теперь уже явно немодное. Появлению психологической категории «модности» по времени предшествует категория «немодности».

Если принять такую последовательность, то дальше все становится достаточно понятным. В основе массовой моды, безусловно, лежит психологический механизм подражания. Однако это — только второй компонент сложного механизма. Это та самая «модность», которая является фактором распространения чего-то нового. За ней стоит подражание чему-то уже существующему и признанному «модным» в результате действия первого компонента сложного механизма.

[1] Цит. по: *Орлова Л.* Азбука моды. М.: Просвещение, 1988. С. 9.

Первой же частью является создание чего-то нового, его демонстрация и активная пропаганда. За созданием, демонстрацией и пропагандой чего-то нового стоит попытка выделения себя личностью или группой ради обособления от себе подобных через обретение какой-то действительно новой, уникальной черты. Первоначальный компонент механизма массовой моды на самом деле является антимассовым.

Действительно, если посмотреть на моду в одежде, то вначале появляются уникальные экспонаты («высокая мода», «от кутюр»), которые завоевывают признание среди элиты. Элита всегда склонна к восприятию нового, поэтому его признание основано на опровержении старого. Парадокс заключается в том, что элита никогда не хочет быть «модной» в массовом смысле. Она во всем хочет оставаться уникальной. Поэтому она все время подхватывает что-то «элитное», но затем, демонстрируя и пропагандируя, сама способствует его превращению в массовое. Затем действие этого двухступенчатого механизма воспроизводится заново: ставшее массовым отвергается ради чего-то нового, модного, также быстро становящегося массовым.

Одним из первых уловил такую диалектическую природу механизма моды Н. В. Рейнгардт. Исследуя моду не с эстетической, а с экономической и социальной точек зрения, он не мог хотя бы вскользь не коснуться и социально-психологических аспектов. Рейнгардт полагал, что мода обычно рождается под влиянием двух основных факторов. С одной стороны, это свойственный человеку «дух нововведения» (стремления к обновлению). С другой же стороны, это также вполне естественная человеческая наклонность к подражанию.

Попытка выделения из массы ведет к появлению нового. Однако согласимся, что не всякое новое быстро становится массовым и, тем самым, затем само уничтожает свою новизну. За легкостью массовизации нового стоит человеческая психология, которая должна быть готова к массовизации. Массовым же, как известно, становится далеко не все новое.

Факторы модности

Для того чтобы стать массовым, т. е. включить действие второго компонента психологического механизма моды — механизма массового подражания, новое должно соответствовать ряду условий. Из уже сказанного следует, что велика роль такого условия, как престижность чего-то нового. Действительно, стремление приобщиться к некой престижной общности — один из важных механизмов человеческого поведения. Однако престиж — очень трудно определимый и явно далеко не единственный механизм. Престижем люди наделяют тех, кто, по их оценкам, принадлежит к референтной для них группе. Значит, одна из основ массовой моды — это подражание тем, кого люди считают представителями референтной для себя группы. Примеров такого рода в истории множество. Из последнего времени приведем хотя бы только два примера новой мужской моды на головные уборы: на кепки-«лужковки» (введенные мэром Москвы Ю. Лужковым) и фуражки-«жириновки» (введенные не менее популярным лидером Либерально-демократической партии России В. Жириновским).

Другая основа — определенная утилитарность того, чему начинают подражать, и что становится предметом массовой моды. Возьмем хотя бы пресловутые джинсы. За ними едва ли стоял какой-то особый престиж. Джинсы стали модными во всем мире прежде всего по причине своей очевидной удобности и практичности.

Нельзя исключать и эстетическую основу, безусловно, привлекающую значительные общности. Речь идет не об элитной моде в искусстве, — скорее, это массовая мода на то, что представляется красивым в быту, в повседневной жизни. Сам факт развития и совершенствования, например, промышленного дизайна подтверждает это.

Еще одна основа — целенаправленное действие механизмов заражения, используемых рекламой и массовой коммуникацией в целом. Здесь уже не имеет особого значения ни престиж, ни практичность: реклама придумает и то и другое, и сама «включит» механизмы массового подражания.

Мода как массовое подражание

Мы определяем моду как особый феномен психологии масс, основанный на категории «модности», противостоящей «немодности», и на действии парного социально-психологического механизма заражения-подражания. Данный феномен иногда проявляется в виде стандартизированного массового поведения, а иногда и в совершенно иных формах, причем совсем не обязательно стихийных. С точки зрения психологии масс, мода — это яркое стремление к внешнему разнообразию, парадоксально оборачивающееся своей прямой противоположностью — как внешним, так и, особенно, внутренним, психологическим единоообразием.

Именно такая суть данного явления была блестяще раскрыта еще английским философом конца XVII — начала XVIII веков Энтони Эшли Купером, лордом Шефтсбери. В своем знаменитом сочинении *«Sensus Communis, или* Опыт о свободе острого ума и независимого расположения духа» он весьма саркастически, хотя и совершенно точно писал: «...Со временем люди стали считать Приличным для себя переиначивать свой внешний вид, а свое умственное сложение приводить к единообразию»[1]. На наш взгляд, в этой фразе содержится ключ к пониманию моды именно как феномена психологии масс. Погоня за внешним разнообразием, постепенно охватившая людей по мере развития их человеческой индивидуальности и индивидуального сознания (контрсуггестивных механизмов, развивавшихся после первобытного однообразия), парадоксальным, но вполне естественным образом обернулась своим контрконтрсуггестивным следствием — развитием нового механизма, ведущего к единообразию, т. е. к массовизации сознания и поведения[2].

[1] Цит. по: *Орлова Л.* Азбука моды. М.: Просвещение, 1988. С. 8.

[2] Далее, по Шефтсбери, все развивалось еще более интересно: «Таким образом, власти сделались портными, и их, когда они передавали свои полномочия новым портным, в свою очередь, наряжали так, как они того заслуживали в глазах других. Однако, хотя при таком чрезвычайном стечении обстоятельств все пришли к соглашению, что существует только один определенный и истинный вид платья, одна-единственная манера, к которой необходимым образом должен приспособиться весь народ, несчастье заключалось в том, что ни власти, ни костюмеры не могли решить, какая же из многообразных мод была подлинно верной... людей со всех сторон стали преследовать за их вид и характерные черты, они должны были приноравливать свою мину к своим рубашкам в соответствии с правильной модой, в обращении находилась тысяча образцов и моделей одежды, и они менялись снова и снова, при каждом удобном случае, в соответствии с привычками и духом времени. Судите сами, разве человеческие лица могли не сделаться стесненными и скованными, а естественный облик людей — трудно узнаваемым, беспорядочным, искаженным судорогами». — Там же.

Затем, правда, мода очень быстро начинает играть прямо противоположную роль. Вначале заражая людей единообразием, она быстро порождает и предлагает потребителю новое весьма значительное многообразие того, что может считаться модным теперь уже вместо старого, модного ранее. Если поначалу мода, безусловно, выполняет выраженные суггестивные функции, то с течением времени она начинает осуществлять свои же, но теперь уже прямо противоположные, контрсуггестивные функции. Они и порождают сложнейшую для человека проблему индивидуального выбора. Хотя это все-таки вторично — главная функция моды как социально-психологического явления состоит прежде всего в массовизации человеческой психики. Но происходит это как бы обманным путем — через внешнюю видимость индивидуализации человека.

Конформизм как фактор моды

В собственно психологическом, сравнительно узком плане, основным механизмом моды обычно считается давно известный феномен конформизма («группового давления»). Трудно возражать против того, что конформизм тесно связан с подражанием, однако здесь необходимы определенные уточнения. Прежде всего, в психологии масс мы имеем дело с особыми вариантами конформизма, выступающего в форме не столько чисто группового (как трактуется в традиционной социальной психологии), ограниченного, сколько намного более значительного, массового давления. В конечном счете, массовая мода и оказывается результатом добровольной податливости людей вполне определенному давлению, осуществляемого либо авторами моды, либо ее соавторами, либо просто очень известными и популярными людьми — ее распространителями, либо влиятельными группами, либо же значительными по масштабам общностями уже состоявшихся сторонников моды. Причем в явлениях массовой моды массовый конформизм такого рода проявляется по-разному — как минимум, в двух, достаточно различных своих ипостасях.

С одной стороны, это всем привычный «слепой» конформизм, то самое, о чем А. С. Пушкин сказал: «Слепая мода — наш тиран». Как известно, большинство людей просто стремится одеваться, как все, и не хочет особенно выделяться из толпы. Можно сказать и больше: они потому и стремятся одеваться как все, что не хотят выделяться из толпы. Здесь конформизм носит своеобразный, защитный характер, а мода выполняет свою особую, скрытую роль — социальной мимикрии. Люди часто прячут собственное, индивидуальное «я» за вроде бы вполне одинаковой для всех одеждой. Особенно стимулирует такое стремление людей к анонимности сложная жизнь в условиях мегаполиса — между прочим, наиболее благоприятной среды для распространения массовой моды.

Впрочем, специалисты-модельеры вообще убеждены: «Психологи, изучающие общение и то, как при этом проявляется личность, давно обратили внимание, что само по себе личное "я", взятое как бы в чистом виде, редко вступает с другим "я" в прямое и открытое общение. Обычные повседневные контакты происходят на уровне "социальных масок", когда каждый из людей выступает в той социальной роли, которую он играет или пытается играть. В этой ситуации одежда, костюм становятся легко чита-

емым внешним знаком социальной роли человека»[1]. Или, наоборот — они как бы «прячут» человека за массовой деиндивидуализирующей «униформой».

Разумеется, здесь следует четко разграничить два вида массовой одежды. С одной, стороны, это служебная униформа. Она никак не может быть модной или не модной — обычно она бывает просто обязательной для ношения «форменными людьми» — военнослужащими, полицейскими, почтальонами, пожарными, железнодорожниками, летчиками и т. д. Это особый знак социальной роли, необходимый не столько для обезличивания (это дополнительная, подчас даже невольная функция), сколько для функциональной узнаваемости людьми представителя той или иной социальной службы.

С другой стороны, в жизни действительно существует массовая одежда, выполняющая вполне реальную камуфляжно-деиндивидуализирующую функцию. Такая одежда может быть массово модной потому, что деиндивидуализирует своего носителя, а может быть, наоборот, демонстративно немодной, потому что резко индивидуализирует его. В приличный ресторан, например, вас просто не пустят без обязательного галстука или даже смокинга — вам придется как бы закамуфлироваться под респектабельного джентльмена, срочно «спрятав» свое бунтующее «я» за модным (в данном случае обязательным, привычным галстуком). Противоположный пример: человек во фраке будет совершенно неуместно смотреться в «Макдональдсе» просто потому, что уже немодный и явно устаревший фрак будет слишком выделять его из привычной толпы посетителей этой забегаловки.

Второй вид конформизма — уже не совсем «слепой», а как бы избирательный, «референтный» конформизм. Любой человек, встречаясь с другими людьми, старается быть похожим на тех, кто ему нравится, вызывает зависть или желание быть хоть чем-то похожим на них, — он стремится подражать своей «референтной группе» хотя бы в том, что ему доступно. Особенно это распространено среди молодежи, и здесь налицо масса исторических примеров — от прически типа «гаврош» до «битловок» и «металла» в одежде современных поклонников тяжелого рока. Встречается это и среди представителей более солидных возрастов — скажем, дубленка, пыжиковая (ондатровая) шапка и «дипломат» в России много десятилетий являлись модными символами «начальства».

«Референтный» конформизм в моде достаточно часто может становиться «слепым» — вспомним хотя бы массовую моду на кожаную одежду в первые годы советской власти. Напротив, «слепой» конформизм практически никогда не становится «референтным» — здесь действуют иные механизмы, связанные с разными социально-психологическими функциями массовой моды и, особенно, с разными элементами «цепочки» ее порождения и распространения.

Социально-психологические функции моды

Обычно с достаточной очевидностью, легко выделяются следующие основные функции массовой моды.

[1] Цит. по: *Орлова Л.* Азбука моды. М.: Просвещение, 1988. С. 86.

1. *Массовизация человеческой психики.* Об этой функции сказано уже вполне достаточно, и нет смысла повторяться.
2. *Повышение престижа.* Приобщаясь, хотя бы внешне, к наиболее богатой и обладающей модными вещами публике, человек резко повышает свой престиж как внешне, так и внутренне. Не случайно до сих пор верна и популярна известная народная пословица: «Встречают по одежке, а провожают по уму».
3. *Регуляция эмоциональных состояний.* Известно, что обладающий модной одеждой, предметом, идеей и т. д. человек чувствует себя значительно лучше, чем не обладающий такими вещами. Особенное значение фактор модности в виде модной одежды имеет для женщин.
4. *Приобщение к новому.* Следя за модой, стремясь к модному в одежде, в идеях, в образе жизни, человек неизбежно развивается, обогащаясь новыми знаниями, чувствами и представлениями. Он подражает новому, легко перенимает его и тем самым делает как бы «своим», формируя собственный вкус и предпочтения.
5. *Самоутверждение личности.* Следуя моде, человек утверждает себя в своих собственных глазах. Понятно, что самоутверждение может касаться различных сфер. Для женщин модная одежда всегда связана с сексуальным самоутверждением. Для мужчин модная идея связана с интеллектуальным самоутверждением. Какой бы ни была сфера моды, за ней стоит одно и то же — стремление к выделению и утверждению себя. Однако говоря объективно, фактически эта функция противоположна функции массовизации психики. Самоутверждение отдельной личности, становясь массовым, как бы захватывая большинство, всегда нивелирует эту отдельную личность согласно действию законов психологии масс.

Элементы распространения моды

В современном мире существует сложнейшая индустрия моды, опирающаяся на описанные выше социально-психологические механизмы. Такая индустриально-психологическая цепочка в развитых формах включает целый ряд вполне определенных, последовательно действующих элементов.

Первым элементом считается *автор моды.* Обычно это тот художник, модельер, парикмахер, инженер, политик, ученый, журналист и т. д. (все зависит от того, в какой сфере порождается модная идея), который формулирует некий новый материальный или духовный продукт, способный стать модным. Для этого данный продукт должен обладать значительным зарядом новизны, по контрасту выделяющий его из уже привычного в данной области.

Второй элемент — *соавтор моды.* Уже с древних времен у каждой новой моды был свой соавтор — человек, который первым принимал идею автора (обычно поначалу художника-портного) и решался надеть на себя созданный автором новый вариант костюма или платья. Подчас соавторы входили в историю вместо авторов. Никому не известен, скажем, модельер или закройщик, создавший популярный покрой рукава «реглан». Однако известно, что он был разработан специально для барона Реглана, лишившегося правой руки в битве при Ватерлоо.

Третий элемент — *демонстраторы и первичные распространители моды.* В 70-е гг. XIX века, например, первые гарибальдийцы стали носить куртки типа той, которую любил их предводитель — «а ля Гарибальди», вскоре ставшими массово модными. Уже в XVII веке стали предприниматься первые сознательные попытки демонстрации и распространения моды. Сначала в Лондон, а затем и в другие столицы из Парижа стали завозить восковые фигуры — большую и маленькую Пандоры, придуманные мадмуазель де Скюдери. Большая демонстрировала придворные туалеты, а маленькая — женское белье.

Четвертый элемент — *стриктуры локального распространения моды.* Так, в первой четверти XIX века, когда стал популярным театр и французы восторгались пьесами Бомарше, в моду вошел «альмавива». Это был широкий, просторный мужской плащ, в который был одет актер, исполнявший роль графа Альмавива в известной комедии. Затем роль локальных структур стали выполнять массовые празднества и торжества, где люди могли «других посмотреть и себя показать». Позднее англичанин Ш. Ф. Борт первым стал использовать показ моделей одежды на манекенщицах (тогда их называли «дублерами»), В современном мире такого рода структуры обрели значительную самостоятельность. Это и выставки, и публичные показы, и специальные демонстрации мод. П. Карден исключительно для этих целей создал свой специальный театр «Пространство Пьера Кардена».

Пятый элемент — *поклонники моды.* Понятно, что для массового распространения моды совсем недостаточно ее локальных демонстраций. Для ее успеха необходимо иметь определенную группу поклонников, которые начали постоянно следовать данной моде. Постепенно, видя, что фанатичные поклонники никак не собираются, скажем, переодеваться в старую, уже надоевшую им одежду, и остальные люди становятся терпимее даже к подчас экзотическим модам, а затем и сами начинают находить в них массу достоинств.

Шестой элемент — *средства массового тиражирования.* Никакая мода не станет массовой, если она не будет адаптирована к реальным возможностям большинства населения, включая материальный достаток. Поэтому первоначально действительно уникальные и потому дорогостоящие образцы удешевляются за счет замены материалов, их изготовление из ручного становится поточным, в результате чего снижается цена, становясь доступной широким слоям населения.

Седьмой элемент — *реклама.* Первые журналы мод появились во второй половине XVIII века: в 1770 г. в Англии возник *The Lady's magazine*. Потом во Франции появился «Галантный Меркурий», затем аналогичные издания появились в Германии, Голландии и Италии. Сегодня реклама моды — одно из ведущих направлений в рекламе вообще.

Восьмой элемент — *массовая система продаж.* Так, в самой знаменитой ныне «модной империи» П. Кардена в десятках разных стран действует несколько тысяч эксклюзивных магазинов, продающих исключительно продукцию его фирмы. Таким образом она действительно доходит до массового потребителя и становится модой в полном смысле этого слова.

На этом цепочка становления и распространения моды завершается. Момент наивысшей популярности моды обычно становится началом ее конца. Как только все постарались, например, одеться одинаковым образом, мода начинает терять свою при-

влекательность для тех, кто ее открыл. Они начинают искать новое, доселе еще не ношенное, невиданное, и все начинается сначала.

Разумеется, так выглядит только полный цикл элементов возникновения и распространения моды. Известны случаи, когда какие-то элементы цепочки не срабатывали, и она либо приобретала искаженные формы, либо умирала, так и не успев стать действительно массовой. Известны и случаи целенаправленной компрометации неугодной моды — как раз для того, чтобы она не стала массовой.

В свое время известный художник Ж. Л. Давид создал костюмы для борцов французской революции — практичные и скромные камзолы, подчеркивавшие дух буржуазной революции. Русской царице Екатерине Великой, по понятной причине невзлюбившей все французские новации, не понравилось и то, что ее подданные стали одеваться по якобинской моде. Тогда она блистательно скомпрометировала этот костюм, одев в него петербургских полицейских. Эта мода закончилась на следующий же день — понятно, что полицейские как демонстраторы или поклонники новой моды никогда не пользовались популярностью в России.

Парадокс модника

Будем называть «модником» тот человеческий тип, который позволяет функционировать всей описанной выше цепочке. Это тот самый типичный, причем достаточно массовый человек, который с одной стороны совершенно уверен в том, что уж он-то точно выделяется из массы, но который, с другой стороны, как раз и делает моду массовым явлением. Это он гарантирует ее быстро изменчивую и во многом парадоксальную природу.

Этот парадокс достаточно очевиден. С одной стороны, всякий модник стремится быть уникальным и неповторимым. В крайнем случае, он готов принадлежать к узкой престижной прослойке «носителей моды». Поэтому он тратит деньги, время и силы на то, чтобы выделиться из окружающей среды. Он стремится быть инноватором. Он антисистемен. Он шокирует. И в этом заключается смысл его жизни.

С другой стороны, модник — всегда подражатель. Он не автор и даже, обычно, не соавтор моды. Он — ее носитель и распространитель. В значительной мере он оказывается жертвой если не самой моды, то той психологической идеи модности, которая незаметно овладевает его сознанием.

Воспользуемся блистательным литературным описанием типичного представителя данного типа, приводимыми. Ильфом и Е. Петровым. Как всем известно: «Словарь Вильяма Шекспира, по подсчету исследователей, составляет двенадцать тысяч слов. Словарь негра из людоедского племени Мумбо-Юмбо составляет триста слов. Эллочка Щукина легко и свободно обходилась тридцатью». Однако это не мешало быть ей абсолютно типичной модницей. Скорее, наоборот: ведь массовая мода как раз и рассчитана на не слишком образованную публику. Как известно, именно она, а особенно ее женская часть значительно более податлива действию законов массового конформизма.

Вспомним завязку этого сюжета: «Несчастье посетило Эллочку в тот радостный вечер, когда она примеряла очень миленькую крепдешиновую кофточку. В этом наряде она казалась почти богиней.

— Хо-хо! — воскликнула она, сведя к этому людоедскому крику поразительно сложные чувства, захватившие ее».

Далее авторы предлагают нам совершенно точный и в целом достаточно тонкий психологический анализ. «Упрощенно чувства эти можно было бы выразить в следующей фразе: "Увидев меня такой, мужчины взволнуются. Они задрожат. Они пойдут за мной на край света, заикаясь от любви. Но я буду холодна. Разве они стоят меня? Я — самая красивая. Такой элегантной кофточки нет ни у кого на земном шаре".

Но слов было всего тридцать, и Эллочка выбрала из них наиболее выразительное — "хо-хо"».

Далее развитие событий также хорошо известно: лучшая подруга принесла Эллочке французский журнал мод, и тут началась ее историческая битва с дочерью известного американского миллионера Вандербильда. В ходе начавшейся таким образом битвы за самоутверждение героиня романа прошла все психологические состояния типичного модника и, тем самым, все этапы психологии моды. Путь был забавен. От великого самоощущения: «Такой элегантной кофточки нет ни у кого на земном шаре» — до совершенно полного порабощения модным журналом и подражанием той моде, которую он диктовал: «Приходилось бороться во всех областях жизни. Недавно были получены новые фотографии мисс в ее новом замке во Флориде. Пришлось и Эллочке обзавестись новой мебелью. Она купила на аукционе два мягких стула» (Ильф, Петров, 1990). Обратим внимание на то, как молниеносно прошла модница этот путь от самоутверждения уникальностью своей кофточки до рабской зависимости от уже массовой моды, растиражированной соответствующим модным журналом.

Тут, как вы помните, ее и нашел небезызвестный сын турецкоподданного Остап Ибрагимович Бендер. Он быстро заполучил нужные ему стулья, классически сыграв на одной из главных слабостей модника: на стремлении заполучить то, что уже есть у других. «Вы знаете, сейчас в Европе и в лучших домах Филадельфии возобновили старинную моду — разливать чай через ситечко. Необычайно эффектно и очень элегантно... Давайте обменяемся. Вы мне — стул, а я вам — ситечко. Хотите?» (Ильф, Петров, 1990). И проблема была сразу же решена.

Собственно, так и выглядит, в самом простом виде, парадокс модника. От самовыражения и мечты об уникальности своего наряда, идеи, образа жизни он может мгновенно сбиться на поиск того, что уже есть у всех, и потому становится предметом подражания. Самовыражение здесь легко подменяется «референтным» конформизмом, а последний, в свою очередь, сменяется конформизмом «слепым». Однако этапы развития данного процесса заслуживают подробного рассмотрения.

Модник-антимодник (модник-индивидуалист)

Как уже говорилось, обычно любая мода начинается с автора. Это автор (или соавтор) создает нечто уникальное, сначала просто противостоящее всему известному. На этом этапе «модное» — это явно еще не модное массово, а возможно, и вообще не модное. Это пока всего лишь то, что противостоит рутинному, т. е. модному вчера, и

ставшему потенциально как бы немодным с момента появления чего-то нового. До массовой моды предстоит еще очень долгий путь, однако подчас он не заботит автора моды. Разумеется, речь идет явно не о современной индустрии моды, в которой автор заинтересован в скорейшей массовизации своего продукта. Речь здесь об ином, особом психологическом типе людей, для которых быть модным как раз и означает быть модным постоянно, каждый день, не дожидаясь того, что нечто его, совсем уникальное, успело стать массовым. Модное как не рутинное, а как исключительно уникальное, причем уникальное постоянно, каждый день, становится для человека такого типа единственно модным, и ничего другого он просто не признает.

В ряде источников указывается, что после смерти российской императрицы Елизаветы в шкафах осталось пятнадцать тысяч платьев. Кроме того, по многочисленным слухам, еще несколько тысяч платьев (от четырех до восьми) сгорели при пожаре Зимнего дворца. Если разделить хотя бы оставшиеся пятнадцать тысяч на 365 дней в году, то получится более 47 лет, в течение которых императрица каждый день надевала новый наряд. Это не считая того, что она любила устраивать «машкерады», когда дамы одевались в мужские костюмы, а кавалеры, напротив, в дамские платья: для императрицы это был повод продемонстрировать стройность ног и фигуры, в обычном женском платье скрытых неизбежными тогда фижмами. Императрица была ярко выраженной «антимодницей». То, что было разрешено ей, не разрешалось никому другому. Только она, например, могла убирать алмазами обе стороны головы. Все прочие — только левую сторону. Запрещено стало носить горностаевые меха с хвостиками, которые носила лишь она. Предшественница Елизаветы, Анна Иоанновна, особым указом запретила даже ношение золота и серебра на платье, «а токмо позволено было старое доносить, которыя платья и были запечатаны». «Старое доносить» — для других, новое шить — только для себя. Так престижность моды стала почти непреодолимым препятствием для ее массовости, совершенно не позволяя тиражировать моду.

Понятно, что примеры такого рода носят единичный характер. Однако они наглядно демонстрируют, что мода далеко не сразу стала массовым феноменом, а также то, что она несет в себе два противоположных заряда. Один — это заряд отрицания, по сути, отрицающий саму моду как сколько-нибудь массовое явление. «Модник-антимодник» — фактический убийца массовой моды. Он ежедневно превращает ее в нечто настолько быстротечное, неуловимое, меняющееся, за чем и угнаться невозможно. И не надо считать, что только венценосные особы были способны творить такую «моду». Сегодняшняя мода «от кутюр» в одежде живет, в целом, по тем же принципам. Она превращает моду в высокое искусство, тем самым отдаляя ее от массовой моды. Однако это является залогом того, что мода сохранится как массовый феномен в принципе. Если представить себе, что мода «от кутюр» станет общедоступной, то именно это и будет самоубийством для моды. Тогда каждый модник сможет носить, причем постоянно меняя, практически все, что он хочет. Тогда рухнет социальная функция одежды вообще. Вспомним, что во времена императрицы Елизаветы массовой «модой» на Руси были кафтан для мужиков и сарафан для женщин. До петровских же времен на Руси и женщины и мужчины носили одежду практически одного покроя. С точки зрения социально-психологической стабильности общества, столь жесткое и непреодолимое разделение моды императорского двора и массовой моды повседневной жизни населения было безусловным благом. Как известно, бурная де-

мократизация моды в одежде в ряде стран и сведение моды «от кутюр» до уровня общедоступной обернулись серьезными социальными потрясениями.

Так обстоит дело в одежде, но далеко не только в ней. Всем известный персонаж А. С. Грибоедова с замечательной фамилией Репетилов отличался тем, что обожал быть постоянно модным в социальных и политических идеях. Для него сам факт повторения каждый раз новых, пусть взаимоисключающих взглядов доставлял колоссальное удовольствие. Понятно, что если количество людей, представляющих такой тип, достигнет некоторой критической массы, то практически неизбежными станут явления массовой идейной дестабилизации общественной жизни. Собственно, яркими примерами такого рода изобилуют практически все примеры предреволюционных ситуаций в самых разных странах мира. Идейный и ценностный плюрализм — антагонист устойчивой моды в данной сфере — как раз и является их достаточно точным предвестником.

Модник-суггестор (модник-массовик)

Другой, значительно чаще встречающийся тип модника, это не автор и не соавтор, а активный распространитель моды. Он носит некую одежду, повторяет какие-то идеи, воспроизводит некоторый образ жизни, заведомо зная, что это — уже модно, а значит, хорошо. Он делает это именно потому, что узнал, услышал, подглядел где-то что-то, уже вполне апробированное, хотя и достаточно узким кругом. И тогда он выступает в качестве мультипликатора. Это тип явного подражателя, который спокойно идет на многочисленные упрощения, делая мультиплицируемое общедоступным. Понятно, что в определенном смысле это уже как бы другая мода: в отличие от моды «от кутюр», это заранее ориентированная на массовость мода «прет-а-порте». Однако нельзя забывать, что подобное разделение, понятное и принятое в современной индустрии моды, стало возможным только на основе реально существующего и описываемого нами социально-психологического парадокса.

Если «антимодник» всеми своими действиями демонстрирует возможности контрсуггестивных механизмов (он озабочен идеей личной модности, но непрерывно освобождает себя от массовизирующего действия моды, не давая ей широко распространяться и становиться действительно массовой), то «суггестор» действует противоположным образом. Он включает контрконтрсуггестивные механизмы, по сути, прибегая к прямой суггестии. Он личным примером как бы демонстрирует всем: «Делай, как я!». Это и отличает его от «антимодника», который привержен предельно уникальной моде, как бы сразу предостерегающей: «Нет, никогда не делай как я!». В написанном еще в конце XVIII века (и опубликованном только спустя сто лет) М. М. Щербатовым памфлете «О повреждении нравов в России» даны описания нарядов, которые не только воспроизвести, но и вообще носить было невозможно. Парадные царские одежды Древней Руси были сверхбогаты и великолепны, «злато, жемчуг и каменья повсюду блистали», но они «столь редко употреблялись и столь крепки были, что их за носильные вещи и почитать недолжно; но были они яко какие коронные сосуды», украшения их «быв сделаны из золотых блях, жемчугу и каменей из роду в род переходили». Однако, создавая такое, «антимодники», естественно, сами порождали и противоположное явление — тип «суггестора».

Тип «суггестора» обращается к глубинным, древнейшим механизмам массовой психологии. Обретя что-то модное, однажды поверив в то, что это действительно модно, он потом долго не сможет отказаться от веры в свою «правоту», и может до конца дней использовать, скажем, наряды «времен очаковских и покорения Крыма». В том же памфлете М. М. Щербатова описывается, как в допетровские времена, помимо «коронных сосудов», даже царь и царица «пять или шесть, а много до десяти платьев когда имели... то уже довольно считалось, да и те нашивали до износу». Бояре и чиновники тоже мало знали о перемене мод, «но что деды нашивали, то внучата, непочитаясь староманерными носили и употребляли»[1].

Такой способ жизни закреплялся даже законодательно. Царь Алексей Михайлович, например, даже издал указ, запрещающий перенимать новые чужие обычаи, в частности, носить платье «с иноземского образца». Даже реформатор Петр I, вроде бы поколебав обычаи, порубив боярам бороды и обрезав кафтаны, слишком далеко во введении моды пойти не смог. В указе 1701 года он очень жестко ограничил «гардероб» нации, с точностью перечислив все виды одежды, которые отныне только и могли носить русские люди — и мужчины, и женщины, от парадных костюмов до исподнего белья, от шапок до башмаков. С одной стороны, инновация. С другой — только в рамках царева указа.

В противоположность предыдущему типу, суперинноватору «антимоднику», такой «суггестор» выполняет иную роль, традиционалиста-консерватора. Приняв когда-то нечто как «модное», он будет сохранять и оберегать его, обеспечивая стабильность и незыблемость воспринятых им «устоев».

На данном типе, собственно, и держится действительно массовая мода. Та или иная одежда, мысль, деталь становятся массовыми тогда и только тогда, когда их подхватывают и начинают размножать такие «массовики». Без них массовой моды не было бы вообще.

В целом же, понятно, что два описанных типа удачно взаимодополняют друг друга. Без одного не было бы другого. Это не только привычное «отрицание отрицания», но и своеобразное «утверждение утверждения» друг друга. Подчеркнем, однако, что среди всех известных феноменов психологии масс такая взаимосвязь наиболее наглядно присутствует только в моде. Только в моде суггестия столь явно отрицает контрсуггестию и, одновременно, утверждает ее. И, соответственно, наоборот: она же явно утверждается и отрицается своим, вроде бы, психологическим антагонистом.

Общая же ситуация зависит от доминирования того или иного типа. Возобладает первый тип — массовая мода просто не будет иметь ни времени, ни возможности становиться реальной модой, растворясь в хаосе и непрерывной сменяемости одного другим. Возьмет верх второй — мода также исчезнет, но теперь она растворится в незыблемом, в традициях и ритуалах. Именно поэтому массовая мода существует между описанными полюсами, в том самом социально-психологическом пространстве, которое заполнено обычными людьми, не принадлежащими ни к одному из названных типов, либо принадлежащими к каждому из них, но только отчасти.

Для любого нормального, «среднего» человека обычно свойственно проявлять некоторое внимание к модному. Но, как правило, он воспринимает моду в ее буквальном значении — как некоторую «меру» между двумя возможностями: самовыраже-

[1] Цит. по: *Орлова Л.* Азбука моды. М.: Просвещение, 1988. С. 4.

ния и выделения из массы, с одной стороны, и практичной возможностью следовать привычному — с другой. Именно в таком контексте, безусловно, прав П. Карден, автор уже классического определения: «Мода — это способ выражения. Другими словами, мода — это отражение индивидуальных качеств отдельной личности в социальном и моральном аспекте». Для теоретиков-модельеров все представляется совершенно естественным: «Мода позволяет личности выразить себя, защитить свою индивидуальность. Хотя в то же самое время мода, предоставляющая человеку определенный, принятый большинством стандарт, несомненно, облегчает человеку проблему выбора. Мода, объединяя под своими "знаменами" тысячи людей, создает некую иллюзию единения. И это благотворное обстоятельство очень в духе нашего времени»[1].

Влияние моды на психологию масс

В отличие от целого ряда других близких явлений, являющихся как бы прямым следствием законов психологии масс, мода оказывает на массовую психологию еще и обратное, вторичное влияние. Если в большинстве остальных феноменов массовой психологии общность возникает на основе возникающих общих эмоциональных состояний и способствует их регуляции, то здесь действует еще и закон обратной связи. Мода создает особого рода массу на базе внешнего сходства одинаково одетых, мыслящих или говорящих людей и за счет этого порождает вторичную эмоциональную связь между ними. Подчеркнем, что для возникновения такой связи подчас просто нет общей, единой эмоциональной основы. В такой общности нет никакого непосредственного заражения и вызываемого им подражания. Общность создается как бы виртуально, на расстоянии, а реально задается чисто внешним сходством вдруг оказывающихся вместе людей, когда они как бы случайно оказываются внешне похожими. Это не толпа, а скорее «несобранная публика» из аудитории читателей модных журналов, которая может становиться толпой и действовать по ее законам на основе не внутреннего, а внешнего единства, оказываясь вместе. Тогда, превращаясь в контактную общность, она и обнаруживает свою теперь уже вторично массовую природу.

Рассмотрим пример из моды сравнительно недавнего прошлого: «В свое время, когда джинсы еще только входили в моду, были труднодоступной и весьма престижной одеждой, «джинсовые» мальчики и девочки считали себя едва ли не единомышленниками, легко объединялись в группы, компании по принципу «свои — со своими». Хотя чаще всего кроме одинакового подхода к одежде да возможности приобрести модную новинку их ничто больше не объединяло»[2]. Неверно: их объединяло чувство общности «мы», включавшее, между прочим, не только штаны, но и общность возраста, и общее отношение к этим самым штанам, и много чего еще. Герой известного романа немецкого писателя У. Пленцдорфа «Новые страдания юного В.» объяснял непонимающим: «Джинсы надо с толком носить. А то натянут и сами не понимают, что у них на ляжках. Терпеть не могу, когда какой-нибудь двадцатипятилетний хрыч втиснет свои окорока в джинсы, да еще на талии стянет. Это уж финиш. Джин-

[1] Цит. по: *Орлова Л.* Азбука моды. М.: Просвещение, 1988. С. 10.

[2] Цит. по: *Орлова Л.* Азбука моды. М.: Просвещение, 1988. С. 86.

сы — набедренные штаны! Это значит, они должны быть узкими и держаться просто за счет трения... В двадцать пять лет этого уже не понять... Вообще, джинсы — это весь человек, а не просто штаны»[1]. Сомнительно, чтобы настоящие ковбои согласились с подобными рассуждениями, но это уже не имеет значения. Став предметом подростковой моды, джинсы оторвались от ковбоев и создали особую массу «джинсоносцев»-тинейджеров. Со своей особой философией (тут и хиппи, и панки, и многие другие), мировосприятием, со своими сложными взаимоотношениями и своей особой эмоциональной общностью.

Справедливо подмечено: человек, одетый в том же стиле, что и мы, обычно сразу становится нам эмоционально ближе и понятнее. Уже одно то, что ему нравятся те же самые вещи, что и нам, создает у нас иллюзию, будто мы и мыслим, и воспринимаем мир одинаково. Более того: что и вести себя, одинаково одетые, мы должны одинаково.

Наиболее яркий пример такого рода — военная форма. В конечном счете, разница между партизанским отрядом и равным ему по численности подразделением регулярной армии не слишком велика. Более того, по эффективности действий, нанесению потерь врагу эта разница может быть даже в пользу партизанского отряда. Еще Наполеон, столкнувшись в свое время с испанской партизанской войной, герильей, признал, что одержать военную победу в стране, где стреляет каждый камень, практически невозможно. Потом это подтвердили и русские партизаны в отечественных войнах 1812 и 1941-45 годов. Однако партизанские боевые действия потому и называются «партизанщиной», что они основываются на значительной индивидуальной свободе партизан. В отличие от них, солдаты любой регулярной армии действуют не по обстоятельствам, а по приказу. У них отнята личная свобода, а индивидуальные, личные качества изначально сознательно нивелированы принудительно «модной» массовой единообразной униформой.

Одно из базовых, исторически выработанных условий социально-психологического превращения скопища новобранцев в боевую единицу — их деиндивидуализация. Она достигается принудительно, без всяких эмоций, простыми средствами - типа одинаковой стрижки и переодевания в одинаковую одежду. Но уже одно это почти сразу же порождает те эмоциональные состояния, которые принято красиво называть «боевым братством» и «чувством боевого товарищества». Внешняя одинаковость способствует быстрому нарастанию внутренней одинаковости. Еще З. Фрейд, исследуя армию как «искусственную массу», отмечал, что это в огромной степени облегчает решение тяжких задач «отцов-командиров» по обучению и воспитанию солдат, по превращению случайных новобранцев в регулярное войско.

Таким образом, мода оказывается еще в одном смысле двойным феноменом. С одной стороны, это прямой феномен психологии масс. С другой стороны, это некоторое условие формирование массы и развития массовой психологии. Стоящий за этим социально-психологический механизм достаточно очевиден. Внешнее сходство сразу порождает и пробуждает то самое чувство «мы», которое лежит в основе массы. «Мы» — например, с красными звездами, в зеленой форме. Соответственно, «они» — с черными крестами, в грязно-серой форме. «Мы» — защитники, «они» — агрессоры. «Мы» — безусловно, хорошие, «они» — определенно, плохие. Тот, кто одет в «нашу» форму, безусловно, «свой». Одетый в «чужую» форму всегда враг. Между прочим, это — психологическая основа всех пособий по военному шпионажу.

[1] Цит. по: *Орлова Л.* Азбука моды. М.: Просвещение, 1988. С. 76.

Основные выводы

1. Мода — это особое явление в психологии масс, основанное на представлениях о «модности» и «немодности». В развитии моды наиболее ярко проявляется парный, двойственный, но взаимосвязанный психологический механизм заражения-подражания. Одновременно мода проявляется как в виде стандартизированного стихийного массового поведения, так и в иных, нестандартных и не стихийных формах. С социально-психологической точки зрения, мода — это стремление к внешнему разнообразию, парадоксально оборачивающееся своей противоположностью, внешним и особенно внутренним психологическим единообразием.
2. В основе феномена моды лежит не единый и постоянный, в многообразный и переменчивый психологический механизм. Этот механизм, состоящий из нескольких звеньев, обеспечивает особую динамичность моды. С точки зрения внешнего наблюдателя, этот механизм быстро делает что-то модным и одновременно превращает нечто предыдущее в явно немодное. С социально-психологической точки зрения, однако, все происходит в обратной последовательности. Вначале появляется нечто, делающее в глазах людей немодным все предыдущее. И только затем это новое становится модным, вытесняя теперь уже явно немодное. Именно так появлению психологической «модности» предшествует представление о «немодности».
3. В основе массовой моды лежит психологический феномен подражания. Однако это — второе звено сложного механизма моды, та «модность», которая способствует распространению нового. За ней стоит подражание чему-то уже существующему и признанному модным. Соответственно, первое звено общего механизма — создание нового, его демонстрация и пропаганда. За созданием, демонстрацией и пропагандой нового всегда стоят попытки личности или группы выделить себя и обособить от других. Значит, первоначальное звено появления массовой моды на деле оказывается антимассовым.
4. К факторам модности относятся престиж, утилитарность, эстетичность и т. д. Психологически массовая мода — это подражание тем, кого люди считают представителями референтной для себя группы, подкрепляемое другими названными факторами. Подражание стимулируется целенаправленным заражением, используемым рекламой и массовой коммуникацией в целом.
5. Массовая мода выполняет пять основных социально-психологических функций. Мода «массовизирует» человеческую психику, заставляя индивида быть таким же, как масса ему подобных. Следование моде повышает престиж человека. Оно же регулирует его эмоциональные состояния. Мода приобщает людей к новому, выполняя инновационную функцию. Наконец, следование моде часто способствует самоутверждению личности.
6. Процесс распространения массовой моды включает восемь компонентов. К ним относятся автор (создатель) чего-то модного, формирующий новый продукт; соавтор моды (первый сторонник идей автора); демонстраторы и первичные распространители; структуры локального распространения моды; поклонники модного; средства массового тиражирования; реклама и массовая система продаж.

Глава 3.3

Психология **слухов и сплетен**

Слухи и их разновидности. Ж Источники и условия возникновения слухов. Ш Особенности циркуляции слухов. Я Противодействие слухам. Ш Психология сплетни. S *О пользе слухов и сплетен.*

Массовые психологические явления возникают вследствие того, что какая-то важная информация становится массовой или же у людей возникает иллюзия обладания такой информацией. Это происходит либо тогда, когда они оказываются под влиянием механизмов непосредственного заражения, внушения или убеждения, лицом к лицу сталкиваясь со стихийными формами поведения других людей, непосредственно вызывающими феномен подражания, либо же опосредованно, узнавая о чем-то подобном через каналы официальной или неофициальной коммуникации.

Возникновение и развитие того или иного вида масс и варианта массового поведения исторически было чаще всего связано с каналами неофициальной, неформальной информации — прежде всего с циркуляцией слухов и сплетен. Собственно говоря, само появление и активная циркуляция слухов и сплетен всегда выступали в качестве одного из самых массовых психологических явлений — особой, информационной формой массового поведения и формирования психологии масс. Феномен слухов и сплетен хорошо знаком практически любому взрослому человеку, однако на первый взгляд иногда кажется, что слухи и сплетни малодоступны систематическому изучению.

Несмотря на действительно существующие вполне объективные трудности изучения этих явлений, западные исследователи еще в 20-30-е годы XX столетия высоко оценили роль, которую играют слухи и сплетни как в формировании психологии масс, так и в управлении массовыми процессами, и стали целенаправленно изучать закономерности их возникновения и распространения. В результате политики и идеологи вскоре стали активно использовать такие знания на практике, в своих собственных интересах. По многочисленным оценкам вполне авторитетных западных специалистов, информационное воздействие на население с помощью слухов и сплетен ныне стоит практически в одном ряду с воздействием через прессу, радио, телевидение и кино.

Целенаправленное использование различных слухов и сплетен во внутренней политической жизни большинства государств, а также во внешнеполитической борьбе достигло значительного размаха. Если на заре развития человеческой истории слухи и сплетни часто использовались во внутриэлитной борьбе, выступая в качестве инструмента разного рода интриг, то со временем они стали носить все более массовый характер. Развитие официальных коммуникаций и средств массовой информации не

только не вытеснило слухи и сплетни, а напротив, придало новый импульс их развитию. В последние десятилетия официальные, институционализированные средства массовой информации стали все больше превращаться лишь в новые, дополнительные средства распространения слухов и сплетен. Так наконец реально оформилось давно подразумевавшееся разделение на содержательные феномены функционирования информации в психологии масс (а это, в основном, и есть слухи и сплетни, как бы они не назывались — в том числе и «официальной информацией») и каналы распространения информационных феноменов. Каналы, в свою очередь, подразделяются на формальные (официальные, институционализированные) и неформальные.

В данной главе мы будем рассматривать слухи и сплетни как основной содержательный феномен функционирования информации в психологии масс, распространяющийся в первую очередь по своим особым, неформальным, неофициальным, неинституционализированным каналам связи. Изучение психологических закономерностей циркуляции слухов и сплетен важно хотя бы по двум причинам. Во-первых, слухи и сплетни — важная форма самовыражения массовых настроений и общественного мнения. Во-вторых, слухи и сплетни — один из эффективных каналов формирования общественного мнения и массовых настроений и управления ими.

Слухи и их разновидности

Слухи — это особая, обычно недостоверная информация (и/или искажающая форма передачи любой информации, придающая ей некоторую особенность), передающаяся исключительно в устной форме, как бы «по секрету», и функционирующая исключительно в звуковой форме. Подчеркнем: слухи и сплетни — это всегда искаженная, не вполне достоверная или вполне недостоверная, по крайней мере, не проверенная по каким-то причинам информация. С течением времени, разумеется, слухи могут подтверждаться фактами. Однако тогда они перестают быть «слухами» и превращаются в знание, в достоверную информацию.

Согласно общим социально-психологическим определениям, слухи — это «массовидное явление межличностного обмена искаженной, эмоционально окрашенной информацией. Чаще всего слухи возникают при отсутствии полной и достоверной информации по какому-либо интересующему людей вопросу» (Платонов, 1984). В несколько иной, однако также известной социально-психологической трактовке, слухи — это тот «специфический вид межличностной коммуникации, в процессе которой сюжет, до известной степени отражающий некоторые реальные или вымышленные события, становится достоянием обширной диффузной аудитории» («Психология: Словарь», 1990).

Поскольку слухи — всегда в той или иной степени недостоверная информация, то один из наиболее очевидных способов построения типологии слухов, как правило, сводится именно к их классификации по степени достоверности содержащейся в слухе информации. С этой, информационной точки зрения, слухи подразделяются на четыре типа — от абсолютно недостоверных через просто недостоверные, достоверные и близкие к действительности.

Еще раз следует подчеркнуть: принято считать, что полностью информационно достоверными слухи практически никогда не бывают, поскольку в самом процессе циркуляции фабула слуха обычно претерпевает психологически закономерные трансформации. Более того, хорошо известно, что в процессе устной циркуляции любая, даже самая достоверная информация постепенно теряет степень своей «достоверности» (тождественности оригиналу) и, рано или поздно, превращается в слухи. Даже средневековый европейский герольд или наш родной, отечественный глашатай, читавший один и тот же монарший указ в разных населенных пунктах с разной интонацией и «выражением», неизбежно превращал текст указа в пересказываемый им слух. При «обращении в слух» письменной информации, это практически всегда становится неизбежным. Тем более это многократно усиливается, когда сказанное вслух начинает передаваться уже не профессионалом-диктором, а пересказываться простыми людьми. Умножающиеся искажения всегда увеличивают степень недостоверности информации. Не случайно в парламентах многих развитых стран мира категорически запрещается принимать законы или поправки к законам, что называется, «на слух» или «со слуха».

Так, искажающе, действует слух в качестве специфического канала передачи информации. Тем более эта особенность проявляется при рассмотрении слухов в качестве особого содержательного явления, изначально далекого от достоверной информации.

Суммируя многочисленные определения, выделим наиболее существенное для понимания слухов в содержательном социально-психологическом плане. Первая особенность слухов — это недостоверность содержащейся в них информации. Вторая особенность слуха — обязательное наличие сильного эмоционального компонента. С одной стороны, он искажает информацию, с другой стороны, он как бы компенсирует дефицит достоверности, стимулируя сильное эмоциональное отношение. С точки зрения эмоциональных характеристик, выделяются три основных типа слухов.

Первый тип — это так называемый *«слух-желание»,* то есть слухи, содержащие достаточно сильное эмоциональное желание, отражающие некоторые актуальные потребности и ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются. Ярким примером слухов такого рода принято считать, в частности, упорно ходившие среди российского крестьянства в середине XIX века слухи о скором освобождении от крепостной зависимости. В некоторых разновидностях подобные слухи связывали освобождение с некоторыми условиями — говорили, например, что освободят всех участников войны с Турцией (потому многие крестьяне добровольно просились на фронт), что начнут с ветеранов войны с Наполеоном и т. д. С одной стороны, эти с. хи отражали стремление крестьян к свободе. С другой стороны, они отражали эмоционально сильную веру в «доброго царя». Неудовлетворенные ожидания порождали массовый протест, бунты и побеги крестьян. Тем самым циркуляция подобных с .т • хов создавала такую ситуацию, в которой царь и правительство действительно оказались вынужденными начать реформу, приняв декрет об отмене крепостного права.

«Слух-желание» осуществляет двоякую социально-психологическую функцию С одной стороны, обычно он соответствует пожеланиям людей и потому как бы п держивает тонус их социального существования. Такого рода слухи успокаивают, препятствуют развитию негативных эмоций, не дают развиваться панике и излишней аг-

рессивности. С другой стороны, именно такие слухи деморализуют население, создавая завышенные ожидания. Когда с течением времени становится очевидно, что сформировавшимся желаниям не суждено осуществиться, могут возникать противоположные явления — вспышки агрессивного поведения, панические реакции, ненависть по отношению к тем, кто якобы «наобещал», но не выполнил обещанного. Исходя из этого, подобные слухи активно используются для манипуляции психологией масс. Приведем только два исторических примера, когда «слухи-желания» распространялись среди населения стран-противников. В период «странной войны» с Францией (1939-40 гг.) немцы усиленно распространяли слух о том, что «скоро начнутся переговоры». Это расслабляло готовность французов к сопротивлению, что и было использовано немцами.

Зимой 1942 г. японцы активно распространяли среди населения США слух о том, что в ходе уже начавшейся войны «японцам не хватит бензина даже на полгода». Конкретная цель в такой «войне слухов» была вполне понятна: вызвать разочарование по поводу несбывшегося желания и связанную с разочарованием деморализацию. В целом ряде случаев, как показывает анализ последующего развития событий, такие цели успешно достигались.

Второй тип слухов — это так называемый *«слух-пугало»,* т. е. слухи, несущие и вызывающие выраженные эмоционально негативные, пугающие настроения и состояния, отражающие некоторые актуальные, но нежелательные ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются. «Слухи такого типа возникают в периоды социального напряжения (стихийное бедствие, война, подготовка военного переворота и т. д.), и их сюжеты варьируют от просто пессимистических до откровенно панических» («Основы социальной...», 1984). Особенно широкое распространение слухи такого рода приобретают в ситуациях сложных социальных и политических реформ, смены власти или общественного устройства в целом. Известно, что в таких ситуациях обычно как раз и появляется достаточно ограниченный набор сюжетов, выступающих в качестве стержней пугающих слухов. Некоторые из них видоизменяются в зависимости от культурных, религиозных или национальных традиций, хотя основная часть остается практически неизменной. Среди последних наиболее часто встречаются слухи-пугала о якобы неизбежном повышении цен на продукты питания, их исчезновении и приближающемся голоде. Такие слухи были зафиксированы в России в 1917 и в 1990-91 гг., в Чили в 1971-73 гг., в Никарагуа в 1980 г., в Афганистане в 1980 г. и во многих других сходных ситуациях. Принимая такие слухи за чистую монету, доверяя им, часть населения бросается закупать подчас вообще не нужные им продукты или покупают их в неразумных объемах, в результате чего действительно искажается конъюнктура рынка. Товары быстро исчезают с прилавков или стремительно растут в цене, может действительно возникать голод.

Аналогичным образом распространяются слухи-пугала о «грядущем контрнаступлении реакции», близком военном перевороте, «неотвратимом отмщении» лицам, активно сотрудничающим с новой властью, и т. д. Усиление пессимистических настроений дополнительно стимулируется также весьма типичными для таких ситуаций слухами о якобы имеющихся разногласиях, борьбе за власть в новом руководстве, развитой коррупции и т. д. Примерами слухов подобного рода полна новейшая история России.

В социально-историческом плане любопытные разновидности таких слухов встречались в целом ряде стран со специфическими традициями и проблемами. Например, среди отсталых патриархальных культур с неграмотным в массе населением подлинный ужас вызывали слухи о том, что «пришедшие к власти революционеры планируют уничтожить ("переработать на мыло") стариков и калек» (Эфиопия, 1975 г.), что «новые власти собираются стерилизовать детей» (Мексика, 1974 г. и Индия 1975 г.), что «предстоит обобществление ("коллективизация", "коммунизация") жен» (Россия, 1917 г.) и т. д.

Социально-психологическая функция и сверхзадача слухов такого рода также достаточно понятна. С одной стороны, это вполне определенное запугивание населения. С другой стороны, это попытка активизировать сопротивление новым социальным силам и резко усилить хаос и неразбериху, разрушить социальное спокойствие.

Третий тип слухов — так называемый *«агрессивный слух»,* т. е. слухи, не просто вызывающие выраженные эмоционально негативные настроения и состояния, отражающие некоторые актуальные нежелательные ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются, а конкретно направленные на стимулирование агрессивного эмоционального состояния и вполне определенного поведенческого «ответа», жесткого агрессивного действия. Слухи такого рода возникают в ситуациях пиковых противоречий, в основном связанных с социальными межгрупповыми и межэтническими, межнациональными конфликтами. Приведем несколько всем известных примеров такого рода слухов: «В Леопольдвиле негры вырезают белое население» (Заир, 1960); «Беспорядки в Панаме вызваны кубинскими агентами» (Вашингтон, 1964); «Новая власть грабит страну, отправляя зерно на Кубу и в Россию» (Никарагуа, 1980).

Агрессивные слухи представляют собой как бы продолжение слухов-пугал. В основе некоторых сюжетов слухов-пугал обычно также имеется немалый агрессивный заряд. Известно, в частности, что достаточно резкие антикооперативные и антиправительственные агрессивные выступления населения провоцировались в различных исламских странах Средней Азии, на Кавказе, в ряде африканских и арабских государств, в Афганистане под влиянием весьма примитивного слуха с сюжетом о «большом одеяле». В разных модификациях такого слуха настойчиво утверждалось, что требуемая новыми, в ту пору считавшимися революционными властями коллективизация заключается в том, что все сельчане, вместе с женами, должны будут спать по ночам в одном специальном помещении, укрываясь «общим одеялом».

Однако основной социально-психологической функцией агрессивных слухов является не просто запугивание, а провокация агрессивных действий. Эти слухи строятся не повествовательно, что в основном обычно свойственно «слухам-желаниям» и «слухам-пугалам», а отрывочно-телеграфно. Это короткие, рубленые фразы, сообщающие о конкретных «фактах», что называется, «взывающих к отмщению». Они несут значительно более сильный эмоционально отрицательный заряд, формируя аффективную общность «мы» («нормальных людей») в противовес общности «они» («зверствующих нелюдей»). Наконец, часто такие слухи непосредственно требуют действенного ответа в виде ответной агрессии. Из примеров последнего периода российской истории можно напомнить многочисленные слухи о зверствах федеральных войск в Чечне, распространяемые чеченцами, и, соответственно, почти аналогичные слухи о зверствах чеченских боевиков в отношении федеральных войск.

Несколько особняком стоит то, что можно считать четвертым типом — *нелепыми слухами.* Они могут быть и желательными, и пугающими, и даже агрессивными, однако главным в них является очевидная нелепость описываемого. Слухи такого рода часто появляются совершенно самопроизвольно, как результат путаницы, свойственной обыденному массовому сознанию. Слухи данного типа особенно часто появляются в периоды переломов массового сознания, когда люди находятся в растерянности в связи с тотальной сменой систем ценностей, представлений, картин мира. Их основная функция заключается в попытках построения нового, более адекватного образа мира из обломков предыдущих и зачатков новых представлений. Тогда и появляются слухи, в которых соединяется несопоставимое. В качестве примера приведем короткое, но впечатляющее описание московских слухов начала прошлого века, приводимое М. А. Булгаковым: «Что в Москве творится — уму непостижимо человеческому! Семь сухаревских торговцев уже сидят за распространение слухов о светопреставлении, которое навлекли большевики. Дарья Петровна говорила и даже называла точно число: 28 ноября 1925 года, в день преподобного мученика Стефана земля налетит на небесную ось... Какие-то жулики уже читают лекции» (Булгаков, 1995).

В целом же слухи, особенно их наиболее нелепые разновидности, давно уже стали предметом не только научно-аналитического, но и художественного, литературно-образного осмысления. Немало конкретных примеров разного рода слухов содержится, в частности, во всем известных пародийных песнях А. Галича и В. Высоцкого, в свое время также существовавших и распространявшихся в рамках исключительно «слуховой» субкультуры советского андерграунда. Прекрасный пример агрессивного антисемитского слуха мы находим у А. Галича: «Им кровушки мало, они по запарке зарезали, гады, слона в зоопарке». У В. Высоцкого находится ряд блестящих примеров почти классических «слухов-пугал» вроде: «Ходят слухи, будто все подорожает, а особенно поваренная соль». Или еще: «Вы слыхали? Скоро бани все закроют. Навсегда, и эти сведения верны». Правда, Высоцкий все-таки был оптимистом и дал великолепный пример «слуха-желания»: «Ходят слухи, будто сплетен вдруг не будет, ходят сплетни, будто слухи запретят».

Разумеется, пожелания такого рода абсолютно неосуществимы. Слухи невозможно запретить, как нельзя запретить анекдоты и иные проявления массовой психологии. Слухи будут всегда, поскольку психология масс вечна. По сути же своей слухи и являются одной из базовых форм ее функционирования.

Источники и условия возникновения слухов

Сразу отодвинем в сторону так называемые «целенаправленные», «организуемые» или просто «запускаемые» извне в массовую психологию слухи. В первую очередь нас сейчас интересуют так называемые спонтанные слухи, возникающие и развивающиеся самопроизвольно. Именно такие слухи и представляют собой особые формы информационной самодеятельности в рамках психологии масс. Что касается слухов, специально «запускаемых» в массовое сознание, нас будут интересовать только те из них, которые потом получают как бы «второе рождение» в психологии масс, сохраняясь

(подчас в измененном, модифицированном виде) и затем распространяясь самостоятельно. Такие слухи, подхватываемые массовым сознанием, соответствуют ему в отличие от тех «запускаемых» слухов, которые быстро затухают и не находят своего распространения, — они как бы быстро «иссякают» в чужеродной для себя массовой психологической среде.

Известны два фундаментальных условия, совпадение которых делает возможным возникновение слуха. Первое из таких обязательных условий — наличие интереса массовой аудитории к определенной проблеме, высокая актуальность данной проблемы и ее связь с жизненными потребностями людей. По справедливому мнению аналитиков, считается, например, совершенно невозможным распространить в средне-европейском городе «слух-пугало» о якобы предстоящем вскоре серьезном повышении цен на верблюдов в Саудовской Аравии. Очевидно, что каждый отдельный горожанин-европеец, услышав об этом, почти наверняка поверит такому сообщению, однако практически никто не станет передавать его другим жителям города просто потому, что для него, да и для них это будет совершенно неактуально. Примеры невозможного слуха придумываются легко — достаточно выделить наименее интересный вопрос для той или иной общности людей.

Напротив, даже самое невероятное по содержанию сообщение имеет шансы быть подхваченным и передаваться в качестве слуха все дальше и дальше, если оно вызывает интерес и отвечает каким-то потребностям людей. Классический пример такого рода представляет собой ситуация, описанная еще Н. В. Гоголем («Мертвые души») и известная нам в краткой, схематичной социально-психологической интерпретации Ю. А. Шерковина. Согласно этой интерпретации, совершенно фантасмагорическая с точки зрения обычного здравого смысла информация о скупке заезжим гостем каких-то там «мертвых душ» вполне соответствовала одной из базовых человеческих потребностей — явной потребности в легком и быстром обогащении. Соответственно, именно поэтому такая совершенно вроде бы нелепая затея П. И. Чичикова мгновенно обросла разными многочисленными подробностями и потребовала удобоваримой интерпретации. Среди возникших разнообразных версий (типа «похищение губернаторской дочери», «капитан Копейкин» и т. п.), кто-то из горожан вдруг предположил, что у них инкогнито появился ни больше ни меньше, как «переодетый Наполеон». Так, собственно, и родился вполне определенный, но скорее пугающий слух. Однако данная интерпретативная схема сама по себе явно обладает большими возможностями. Попробуем ее расширить.

Обратим внимание на то, что каждый, кто впервые об этом слышал, откровенно смеялся нелепости предположения, но потом рассказывал об этом следующему собеседнику, добавляя что-то вроде: «Выдумают же такую глупость!».

«...Право, трудно даже понять, как устроен этот смертный: как бы ни была пошла новость, но лишь бы она была новость, он непременно сообщит ее другому смертному, хотя бы именно для того, только, чтобы сказать: "Посмотрите, какую ложь распустили!" — а другой смертный с удовольствием преклонит ухо, хотя и после скажет сам: "Да это совершенно пошлая ложь. не стоящая никакого внимания!" — и вслед за тем сей же час отправится искать третьего смертного, чтобы, рассказавши ему, после вместе с ним воскликнуть с благородным негодованием: "Какая пошлая ложь!". И это непременно обойдет весь город, и все смертные, сколько их ни есть, наговорятся непременно досыта и потом признают, что это не стоит внимания и не достойно, чтобы о нем говорить» (Гоголь, 1999).

Далее механизм распространения слуха действует уже почти автоматически:

«На Руси же общества низшие очень любят поговорить о сплетнях, бытующих в обществах высших, а потому начали обо всем этом говорить в таких домишках, где даже в глаза не видывали и не знали Чичикова, пошли прибавления и еще большие пояснения. Сюжет становился ежеминутно занимательнее, принимал с каждым днем все более окончательные формы...» (Гоголь, 1999).

В результате же интенсивность циркуляции слуха стремительно нарастала, едва не превратив смешное предположение в глубокое убеждение горожан. Между прочим такому успеху распространения данного слуха в значительной степени способствовала вся социально-политическая обстановка в Европе и послевоенной России того времени. Сама ситуация делала судьбу Наполеона актуальной и интересной для россиян. Собственно говоря, по городу распространялся слух именно о Наполеоне, а совсем не о Чичикове.

«Может быть, некоторые читатели назовут все это невероятным; автор тоже в угоду им готов бы назвать все это невероятным; но, как на беду, все именно произошло так, как рассказывается, и тем еще изумительнее, что город был не в глуши, а напротив, недалеко от обеих столиц. Впрочем, нужно помнить, что все это происходило вскоре после достославного изгнания французов. В это время все наши помещики, чиновники, купцы, сидельцы и всякий грамотный и даже неграмотный народ сделались по крайней мере на целые восемь лет заклятыми политиками. "Московские ведомости" и "Сын Отечества" зачитывались немилосердно и доходили к последнему чтецу в кусочках, не годных ни на какое употребление. Вместо вопросов: "Почем, батюшка, продали меру овса? Как воспользовались вчерашней порошей?" — говорили: "А что пишут в газетах, не выпустили ли опять Наполеона из острова?"» (Гоголь, 1999).

Последний, в конечном счете, выступал лишь в качестве достаточно удобного «информационного повода».

Второе условие возникновения слуха —неудовлетворенность соответствующих потребностей. Жизнь сама должна порождать потребность в информации на некоторую тему. Потребность эта должна быть высокоактуальной, т. е. совершенно неудовлетворенной. При этом условии почти любое сообщение будет заполнять возникший информационно-потребностный вакуум и, соответственно, пользоваться успехом, передаваясь в виде слуха. Ощущение же неудовлетворенности интереса возникает у людей в двух случаях. Либо это всякое отсутствие информации на данную тему вообще, либо же это такая ситуация, в которой имеющаяся информация не представляется аудитории надежной. Приведем еще одну цитату из классика.

«В другое время и при других обстоятельствах подобные слухи, может быть, не обратили бы на себя никакого внимания; но город N уже давно не получал никаких совершенно вестей..., что, как известно, для города то же, что своевременный подвоз съестных припасов» (Гоголь, 1999).

Обычно это является следствием явного недоверия к источнику информации. Достаточно частый и типовой вариант — это недоверие к известным официальным, правительственным источникам информации. Именно в таких случаях, как правило, массово расцветает «информационный андерграунд» и реактивно возникает, причем самопроизвольно, альтернативное официальной информации «массовое народное творчество» в виде обилия слухов на наиболее интересные темы.

Помимо двух названных выше основных условий, возникновению и распространению слухов содействует также ряд дополнительных факторов. К ним относятся

такие моменты, как степень эмоционального напряжения в общности, в которой возникает слух, и связанная с ней соответствующая потребность в эмоциональной разрядке посредством интенсификации массового общения. Как мы помним, именно потребность в регуляции собственных эмоциональных состояний является условием формирования масс и массового поведения вообще. Естественно, что этот общий принцип относится и к информационному массовому поведению.

С другой стороны, существует и определенное влияние противоположного фактора — длительного пребывания той или иной общности в эмоционально обедненной, «скучной» ситуации, и связанная с ней абсолютно естественная потребность в определенной эмоциональной «зарядке», в эмоциональном насыщении. Такая потребность требует своего удовлетворения.

По мнению Р. Л. Росноу, специально занимавшегося исследованием психодинамики слухов, в целом слухи как особый социально-психологический информационный феномен играют очень сильную эмоционально-облегчающую и «очищающую», почти катарсическую роль[1]. Как известно, это вполне совпадает с высказанной в свое время гипотезой Г. Оллпорта и Л. Постмана[2]. Данные исследователи выдвинули свой закон образования слухов, в соответствии с которым правдоподобность слуха определяется значимостью его содержания для людей и недостатком знаний об истинном положении дел. Однако содержательная значимость слуха оказывается явно не самым существенным фактором. В то же время выделяются такие существенные факторы, как тревожность и эмоциональная неуверенность общности, способствующие принятию и распространению слуха, причем значимость последнего для общности будет зависеть от того, обусловлены ли эти слухи ситуацией или имманентно присущи данной общности, т. е. порождены ею самой. В общем виде данная гипотеза практически не вызывает сомнений, однако в разных конкретных случаях проявляется по-разному.

Известно также, что на возникновение и распространение слухов влияют и сравнительно мелкие, но часто существенные детали. К ним относится, например, демонстративная «закрытость», «секретность», эксклюзивность передаваемого сообщения. Трансляция такого, как будто «засекреченного» сообщения часто служит фактором повышения социального статуса источника, подчеркивает, что он «информирован», вхож «в сферы». Мелкой, но также действенной деталью часто оказываются ссылки на те или иные «авторитетные источники».

Следует специально подчеркнуть еще одну достаточно важную деталь. Само желание повысить свой престиж часто толкает людей как на передачу, так и на сочинение слухов и сплетен.

Особенности циркуляции слухов

В ходе трансляции и ретрансляции, в ходе самого процесса самопроизвольной циркуляции слухов с основными сообщениями, составляющими их содержание, происходят определенные трансформации. В конечном счете, все эти трансформации обыч-

[1] См.: *Rosnow R. L.* Psychology of rumor reconsidered. // Psychological Bulletin. 1980. № 3. P. 578-591.

[2] См.: *Allport G., Postman L.* Psychology of Rumor. N. Y., 1956.

но сводятся к трем основным тенденциям. Во-первых, всегда происходит определенное сглаживание самого содержания слуха. Во-вторых, происходит заострение его эмоциональных компонентов. В-третьих, возникает своеобразная адаптация слуха к особенностям той аудитории, в которой он распространяется.

Сглаживание проявляется в том, что исходная фабула слуха становится при его передаче все короче. Это происходит, в основном, за счет постепенного исчезновения тех деталей, которые данной аудитории представляются несущественными. Такими деталями могут быть, например, цвет и марка столкнувшихся автомобилей, одежда и имена участников событий, характер погоды или иные сопутствующие обстоятельства. В ходе циркуляции содержание слуха выхолащивается до сути, до простейшей формулы, выражающей либо желание, либо страх, либо агрессию.

Заострение заключается в увеличении, расширении масштабов тех деталей, которые, наоборот, представляются важными или весьма существенными для той или иной конкретной аудитории распространения слуха, а также в драматизации сопровождающих сообщение эмоций.Такими деталями могут быть количество жертв (рядовое автомобильное происшествие становится крупномасштабной катастрофой) или, напротив, уровень достигнутых успехов (план, перевыполненный в несколько раз, многократно умноженное число военнопленных и т. п.), социальная значимость произошедшего (изменение от уровня села до масштабов всемирно-исторического события) и т. д. Здесь надо специально подчеркнуть, что неосознанная оценка существенности или не существенности конкретных деталей слуха определяется не столько их объективным значением, сколько социально-психологическими, субъективными факторами — прежде всего ценностями, ожиданиями, стереотипами и установками аудитории. Именно в зависимости от них та или иная деталь может оказаться или сглаженной, или заостренной. Приведем очевидный пример: если одежда участвовавших в драке людей ярко отражает их национальную принадлежность, а в данной местности уже сложились конфликтные межнациональные отношения, то слух может быстро приобрести достаточно агрессивную окраску, причем то, как именно были одеты дерущиеся, окажется доминирующей в нем деталью. Цвет машин, попавших в дорожно-транспортное происшествие, оказывается вполне существенной и очень важной деталью в аудитории, где существуют предрассудки цветовой символики (типа «белое — хорошо», а «черное — плохо») и т. п. Даже сочетание цифр может иметь немаловажное значение — в современной России, например, возникли разнообразные слухи в связи с «дьявольским числом 666», связанным с личными номерами граждан при постановке на учет в налоговых органах и присвоением им идентификационного номера налогоплательщика (ИНН).

Адаптация отчасти связана с двумя предыдущими тенденциями, но имеет и определенные собственные особенности. Адаптация слуха к особенностям аудитории не обязательно сводится к сглаживанию или, напротив, к заострению его деталей. Она может заключаться в переименовании персонажей («иваны» или «фрицы», например) и объектов слуха (подорожание хлеба важнее цен на верблюдов, но бывает и наоборот), изменении их национальной и социальной принадлежности (в разных аудиториях слух типа «Наших бьют!» будет звучать по-разному, в явной зависимости от того, кто здесь представляет собственно «наших») и т. д. Фабула слуха всегда стихийно приспосабливается к доминирующей в аудитории модели мира, к ее особенностям и общему эмоционально-аффективному фону жизни этого сообщества. '

В целом же совместное, дополняющее друг друга действие трех названных тенденций — сглаживания, заострения и адаптации — может привести к весьма значительному отклонению содержания слуха от исходного варианта или лежащего в основе слуха реального события. Если же при этом циркуляция слуха направляется со стороны, то понятно, что его фабула вообще может не иметь ничего общего с реальностью.

Противодействие слухам

С точки зрения существующих в организованном обществе социальных институтов, слухи играют ненужную или даже откровенно враждебную роль. С социально-психологической точки зрения, слухи — это контрсуггестивные явления по отношению к суггестивному действию социальных институтов, нормирующих человеческое сознание. Как правило, слухи разрушают официальную суггестию, создавая собственную, внутреннюю суггестивную зависимость психологии масс именно от слухов. В отличие от явно внешней, управляющей суггестии официальных институтов, слухи выступают как собственный, внутренний способ самоуправления, самореализации психологии масс. Естественно, для организованного общества это всегда представляется опасным. Соответственно, всякая организация озабочена проблемами противостояния автономной циркуляции такой стихийной, неорганизованной (несанкционированной, неконтролируемой, неуправляемой) информации, независимо от степени ее достоверности. По сути, это всегда конкурентная борьба за информационные механизмы организации человеческого сознания и поведения, борьба за овладение механизмами, вызывающими массовое подражание. Вопрос стоит очень просто: чему будут подражать люди? Официально декларируемым по институционализированным каналам нормам или неофициально распространяющимся посредством слухов эмоциям? Особой актуальностью эти вопросы всегда отличаются в тоталитарных обществах. Демократические общества обычно спокойнее относятся к слухам и, в целом, к альтернативным каналам информации, хотя и здесь упорядоченная природа организованного общества, всегда противостоящего неорганизованным массам, берет свое: демократические власти также не любят слухов.

Меры официального противодействия слухам обычно подразделяются на две группы: профилактические мероприятия и активные контрмеры.

Профилактические мероприятия обычно имеют сверхзадачу общего воздействия на психологию населения и создания такой эмоциональной атмосферы, которая сама исключала бы возможность распространения слухов и/или приводила бы к их быстрому угасанию. Это включает создание и поддержание в должном состоянии эффективной системы средств массовой информации, обладающей в глазах населения высоким престижем надежности и достоверности. Она должна предусматривать наличие устойчивой обратной связи от аудитории к источнику информации, чтобы иметь возможность своевременно реагировать на информационные запросы, психические потребности и ожидания людей.

В следующей главе, посвященной социальной психологии массовой коммуникации, эти проблемы рассматриваются специально. Пока же приведем только пример

того, как Великобритания в ходе Второй мировой войны сумела вытеснить практически неизбежные для военного времени панические слухи. Для того чтобы повысить свой престиж и усилить впечатление надежности и достоверности, правительственной радиостанции Би-Би-Си пришлось в начале войны пойти на экстраординарные меры. Радиостанция сама стала сознательно завышать в своих информационных программах потери англичан и, наоборот, преуменьшать германские потери так, чтобы цифры выглядели хуже, чем даже в тенденциозных сообщениях немецкой, геббельсовской пропаганды. В итоге жители Великобритании стали значительно больше верить своему радио и совершенно перестали воспринимать как немецкую пропаганду, так и панические слухи о собственных неудачах. После этого, естественно, радио Би-Би-Си отказалось от временной дезинформации, однако навсегда приобрело имидж самой достоверной радиостанции в мире.

Важным для профилактики слухов обычно считается поддержание эффективного руководства и управления на всех уровнях. При усилении циркуляции и обострении характера массовых слухов, когда возникает особая необходимость в разъяснении непонятных населению вопросов и ситуаций, именно лидеры становятся наиболее надежными источниками информации. Опыт показывает, что доверие к лидерам, их авторитет помогают массам быть более устойчивыми к разнообразным слухам. Известно, что в преодолении периода так называемой Великой депрессии в США, сопровождавшейся глубоким социально-психологическим кризисом, огромную роль в профилактике разнообразных слухов сыграли еженедельные радиовыступления президента Ф. Рузвельта. Обладая большим авторитетом, президент просто рассказывал о том, что и как происходит в стране, что, как и когда собирается делать правительство, и т. д. Такие, по сути психотерапевтические беседы во многом помогли Америке сохранить психологическую устойчивость и преодолеть кризис.

Активные контрмеры обычно используются в критических ситуациях, когда вследствие войны или сильных социальных потрясений влияние общественных институтов и структур ослабевает, а роль стихийно возникающих слухов, напротив, стремительно нарастает. Решающую роль тут играет выбор ответа на основной вопрос: что же делать со слухами? Существует всего два варианта: либо молчать, что практически равносильно поощрению уже начавшейся циркуляции какого-то слуха, либо активно его опровергать. Оба эти варианта плохи. Если официальные структуры молчат, то массы делают выводы о некомпетентности структур и верности слухов. Если структуры опровергают слух, то массы делают выводы как о справедливости слуха («Нет дыма без огня!»), так и о «подозрительной заинтересованности» властей в вероятном сокрытии правды, которая якобы содержится в слухе. В итоге для официальных структур оба варианта неэффективны.

Единственным эффективным способом активного противодействия слухам является их быстрое подавление удобными для вас фактами. Логика тут абсолютно понятна. Если какой-то слух появился и распространяется, значит, в массах есть острая потребность в информации на данную тему. Следовательно, эту потребность надо как можно быстрее удовлетворить, разъяснив официальную точку зрения на вызывающие дискуссии вопросы. Поэтому считается наиболее эффективным, не упоминая о самом факте существования слуха (в противном случае вы будете принимать участие в его распространении), просто заполнить информационный вакуум удобной для вас убедительной информацией. Напротив, классический пример того, чего никогда не

надо делать в борьбе со слухами, привел в свое время М. А. Булгаков, позаимствовав его из одной российской газеты 1920-х гг. В ней было опубликовано предельно краткое сообщение: «Слухи о марсианине в Обуховском переулке ни на чем не основаны. Они распущены торговцами с Сухаревки и будут строго наказаны» (Булгаков, 1995). Комментарии излишни.

Психология сплетни

Одной из разновидностей слухов считаются сплетни. Не случайно С. И. Ожегов определял сплетню как «слух о ком- или чем-нибудь, основанный на неточных или заведомо неверных сведениях». И проводил примеры словоупотребления: «Пустить сплетню. Обывательские сплетни» (Ожегов, 1986).

Как правило, внешне сплетни всеми осуждаются как проявление поверхностных интересов, погони за сенсациями, проявления интриганских методов и т. д. Тем не менее сплетня всегда сохраняет свою живучесть и определенное место в общественных отношениях, что обусловливается прежде всего многообразием ее социальных и психологических функций. Главная из них, как и в случае слухов, это информационное насыщение психологии масс по собственным, неофициальным и неформализованным каналам, в соответствии с законами этой психологии. Как и слух, сплетня является одним из особых механизмов формирования и поддержания массовой психологии.

В отличие от слуха, который всегда недостоверен, под сплетней понимают ложную или истинную, проверенную или не поддающуюся проверке (и в этом случае обычно маловероятную), неполную, пристрастную, но правдоподобную информацию о делах, которые рассматриваются как личные, но могут иметь широкий социальный резонанс, и об обстоятельствах, касающихся достаточно закрытых сторон жизни сравнительно замкнутых, элитных социальных групп. Трудно представить себе широкое распространение сплетен из жизни заводского цеха. Напротив, высокой популярностью обладают сплетни из жизни «высших сфер» — политиков, известных артистов-людей, находящихся «на виду». В этом случае сам факт популярности определенного круга фигур является условием возникновения и фактором распространения сплетен.

Обратим внимание на некоторые существенные различия между слухом и сплетней. Слухи обычно касаются всех — в этом залог их массовости и массированное™ их циркуляции. Сплетни касаются немногих, однако это именно те немногие, которые интересуют многих. Механизм несколько иной, но результат получается сходным.

Как и слухи, сплетни удовлетворяют определенную информационную потребность. Однако это не потребность в жизненно важной информации. Это потребность как бы в дополнительной информации о жизни популярных персон и закрытых для большинства общностей. Соответственно, сплетни более информативны, обычно конкретны и значительно более детализированы по сравнению со слухами, однако они всегда значительно менее эмоциональны.

Как правило, сплетни обычно носят более локальный и «интимный» характер, ош» имеют оттенок непристойности и касаются как бы запретных, сокрытых, в силу их

«неприличности», тем. Сплетня — это информация, о которой нельзя написать, она заведомо относится к разряду «непечатной» информации. Как правило, сплетня передается секретно, с ощущением взаимной принадлежности сплетничающих к определенному социальному кругу, и часто касается тех вопросов, на открытое, публичное и гласное обсуждение которых обычно накладывается некоторое табу.

В специальной литературе обычно выделяется шесть конкретных социально-психологических функций сплетен, удовлетворяющих соответствующие потребности аудитории.

Первая функция — *информационно-познавательная.* Сплетня всегда является особым, специальным дополнением к иной, официальной, институционализированной, нормативной и демонстративно общедоступной информации. В отличие от такой, явно «отлакированной» информации, сплетня обычно представляет собой своего рода «изнанку событий».

Психологически дело заключается в том, что потребность в объективной информации в тот самый момент, когда человек сталкивается с конкретной сплетней, мгновенно преображается в свою противоположность. Реально оказывается, что мы не так уж и нуждаемся в этой самой «объективной информации» — ее и так более чем достаточно в средствах официальной коммуникации — в газетах, по радио и телевидению. Современный человек чаще испытывает своеобразный эмоциональный голод в отношении как раз необъективной, субъективной информации, особенно — с привкусом «клубнички».

«Эмоциональное, заинтересованное отношение к событиям, сам способ коммуникации, в ходе которого накладываются друг на друга, пусть даже не преднамеренные, дезинформации сообщающих и принимающих, ведут к тому, что информация становится малоправдоподобной. Сплетня не ликвидирует дефицит информации, но может возбудить определенные настроения или поддерживать их» (Jendrzejewski, 1975). В этом и заключается главная прелесть сплетни: камуфляж информативности способствует ее распространению, хотя результат оказывается, напротив, совершенно дезинформационным.

Вторая социально-психологическая функция сплетни — *аффилиативно-интеграционная.* Обмен сплетнями всегда свидетельствует о вполне определенном сходстве как характеров обменивающихся сплетнями людей, так и иерархий их ценностей. Сплетня — это не слух, которым можно поделиться как бы «на ходу», почти с любым собеседником. Сплетня требует определенного, своеобразного, подчас даже извращенного вкуса к этому занятию. Сплетники — совершенно особенные люди. Как правило, обычно они образуют свою, причем вполне определенную компанию, создают своеобразный информационный «кружок». Аффилиативная сила сплетни, как правило, увеличивается за счет ее интеграционных свойств. Сплетня — это один из важных инструментов формирования специфического «мы-сознания», психологического возникновения «своей» общности. Давно и хорошо всем известно, что «те, с кем мы занимаемся сплетничеством, — это всегда как бы "свои". Таким образом проявляется и укрепляется внутренняя связь и обособленный характер группы (клики, "котерии"[1], или даже массы). Сплетня становится плоскостью противопоставления "мы — они"»

[1] От фр. *coterie* — кружок, сплоченная группа.

(Jendrzejewski, 1975). В такого рода сплачивающем эффекте и проявляется суггестивный механизм действия сплетен. Тот, кто вам рассказывает сплетню, становится подобен первобытному вождю, сообщавшему важные сведения о противнике, или же шаману, жрецу, как бы разъяснявшему, толкующему особое поведение неких «небожителей».

Третья социально-психологическая функция сплетни —*развлекательно-игровая.* В конечном счете, в отличие от слуха, который обычно воспринимают и передают вполне всерьез, заинтересованно, сплетню распространяют значительно более легко, как бы играючи, с шуткой и определенной долей иронии. Этому обычно способствует и некоторая легкомысленность содержания сплетен, и ее подчас достаточно юмористический характер. Справедливо было подмечено: «В сплетне можно найти различные формы комизма — прозаические кулисы того, что пользуется всеобщим почетом, величие и обыденность одних и тех же людей, забавные конфликты социальных ролей и т. д.» (Jendrzejewski, 1975). В этом смысле сплетни иногда сближаются с анекдотами, хотя носят заведомо более конкретный и правдоподобный характер. Как и анекдот, сплетня — один из способов развлечь другого человека. Поэтому, в отличие от слуха, передача сплетни вовсе не носит обязательного характера. Она не так возбуждает передающего и не является жизненно важной для воспринимающего.

Четвертая функция — *проекционно -компенсаторная.* В конечном счете, почти любая сплетня, даже имеющая в основе вполне достоверные факты, это «придуманная» информация — не сообщение информационного агентства, а почти художественное творчество в жанре устного рассказа. Жанр же диктует свои законы. Естественно, что на объект сплетни обычно проецируются вытесненные свойства и склонности сплетников, приписываются близкие им самим характеристики людей, их собственные симпатии и антипатии. В силу своей относительной «художественности», сплетни нередко способствуют порождению и сохранению различных легенд и мифов, поставляя якобы подтверждающие их факты, даже обоснования и конкретные иллюстрации. Некоторые сплетни, особенно из жизни «великих» или просто достаточно известных и популярных людей, часто находят свое место на страницах развлекательных изданий (типа популярной рубрики «Светские хроники»). Тем самым сплетни могут менять свой жанр — из разряда неофициальной информации, передаваемой как бы «по секрету», «из уст в уста», они сразу же превращаются уже в печатную, т. е. публичную институционализированную информацию. К ней же, естественно, предъявляются совершенно иные критерии достоверности — напечатанное в газете или сказанное с телеэкрана обычно воспринимается как практически бесспорный факт.

Пятая функция сплетни — это функция *социального контроля.* Сплетня является составной частью общественного мнения, а следовательно, элементом скрытого, но все-таки всегда существующего особого механизма неформального контроля масс над элитой. Опасения сплетен, страхи, связанные с самой возможностью их появления, часто бывают (особенно для конформистски или просто опасливо ориентированных индивидов, а также для ряда небольших и недостаточно социально-психологически мобильных групп) одним из важных факторов, определяющих само поведение таких людей и групп. Фактически, эта функция отражает формирование уже упоминавшегося «мы-сознания», только в инвертированной, перевернутой форме. С точки зрения социального контроля, в качестве группы «мы» выступают контролируемые, т. е. эли-

та, опасающаяся негативного мнения и отрицательных оценок масс. Соответственно, группой «они» для элиты оказываются массы.

Наконец, последняя, шестая социально-психологическая функция сплетни — это сугубо конкретная, *тактическая* функция. Сплетня часто может использоваться в качестве своеобразного оружия в борьбе между отдельными индивидами, группами или даже массовыми общностями. Сплетни могут целенаправленно распускаться в расчете на их резко негативное воздействие на репутацию и имидж оппонентов. Такое воздействие обычно осуществляется целым рядом способов: через ослабление уровня доверия к ним; через распространение откровенной дезинформации; через возбуждение отрицательных эмоций, негативного отношения и т. п.

О пользе слухов и сплетен

В заключение главы хочется снять тот совершенно невольный налет отрицательного отношения к неформальным массовым информационным процессам, который может сказываться на восприятии объективно излагаемой научной информации. Информационные процессы такого рода — это особый пласт человеческого общения и, шире, всей человеческой культуры, существующий и развивающийся совершенно независимо от нашего к нему отношения. К этому пласту относится еще ряд феноменов - типа массовых анекдотов, шуток, прибауток, а также пословиц и поговорок. Все это — слой устной неформализованной массовой коммуникации. В своей основе она часто имеет даже свой, отличный от официального, язык — как правило, это тот или иной слэнг, так называемая «ненормативная лексика», существующая либо в общем разряде «нецензурщины», либо в ее конкретной разновидности типа так называемого русского «мата».

Наличие информационно-выразительных средств такого рода отчетливо свидетельствует о том, что они играют определенную роль в человеческом общении на уровне массовой обыденной психологии. Значит, они нужны, оправданны и даже полезны как минимум в нескольких аспектах.

Во-первых, такого рода формы общения — это возможность релаксации человека, периодически устающего от подчас слишком жестких норм официального общения. Будем самокритичны: в течение последних двухсот лет российская интеллигенция жестко сопротивлялась естественным частичным и постоянно назревавшим реформам языка. В результате все гордились тем, что два века говорили «на языке Пушкина»[1], никак не понимая неизбежной архаизации этого языка. В итоге подспудно внутри русского языка созрели и иные, ненормированные средства и способы общения, которые в последние годы, как бы прорвав своего рода плотину преград, в буквальном смысле вышли на улицы из подворотен, где прятались раньше, и стали влиятельным компонентом общения.

[1] Это крайне удивительно, но абсолютно реально: язык А. С. Пушкина абсолютно понятен сегодня, в отличие от языка его ближайших предшественников, учителей или даже непосредственных современников Державина, Батюшкова, Кюхельбеккера, Дельвига и др. С одной стороны, за этим стоит безусловная гениальность поэта. Однако, с другой стороны, ей в помощь была придана изрядная ригидность отечественной интеллигенции, не желавшей никаких перемен в языке.

Во-вторых, такое общение — еще и достаточно демонстративная канализация протеста, неизбежно накапливающегося у людей в слишком жестко организованном обществе. Не будем брать откровенный тоталитаризм — протест накапливается даже в самых демократически развитых странах. Только они научились канализовывать этот протест. Для этого созданы определенные социальные институты. Например, уставший западный человек идет в общедоступную пивную или, скажем, на футбольный стадион. Общаясь с массой друзей-единомышленников, он выплескивает свой протест, причем делает это в соответствующих формах общения. Известным парадоксом социалистического общества было строительство многотысячных стадионов (внешне — как на Западе), оборудованных запретительными табличками «Не курить!», «Не сорить!», «Не кричать!», и окруженных усиленными нарядами милиции, включая конную. За счет такого подчас сверхжесткого регулирования вырождалась сама социальная функция стадиона. В конце концов, это же не просто место для просмотра каких-то зрелищ — для этого есть театры, кино, концертные залы и т. д. Это место для массовой канализации усталости и протеста через сопереживание с мышечными усилиями популярных спортсменов и через массовое, громкое, публичное, причем неформальное, а часто откровенно нецензурное общение по этому поводу. Как курительные комнаты созданы для того, чтобы в них курили, а пивные — чтобы в них пили, так и стадионы создавались людьми не только для проведения Олимпийских игр. Для олимпийцев — арена. Для масс и неформального массового общения — трибуны.

В-третьих, такое общение создает условия для реструктурирования эмоциональной сферы человека. Избавляясь от одних эмоций (причем в данном случае даже не существенно, от каких именно — отрицательных или положительных), он освобождает свою психику для других. За счет этого, он эмоционально перестраивается, развивается и превращается из «одномерного» в хотя бы относительно «многомерного» человека.

Основные выводы

1. Слухи — это особые виды функционирования недостоверной информации или искажения любой информации, придающие ей специфические особенности, передающиеся исключительно в устной форме, как бы неформально и «по секрету». С социально-психологической точки зрения, это массовый феномен межличностного обмена искаженной эмоционально окрашенной информацией. Обычно слухи возникают при отсутствии полной и достоверной информации по актуальному для людей вопросу. Это специфический вид межличностной коммуникации, в ходе которой сюжет, до известной степени отражающий реальные или вымышленные события, становится достоянием обширной диффузной аудитории, массы.
2. Слухи классифицируется с информационно-содержательной и эмоционально-аффективной точек зрения. Информационно слухи подразделяются на четыре типа: от абсолютно недостоверных до относительно близких к действительности. В соответствии с эмоциональной окрашенностью, слухи делятся на «слух-желание», «слух-пугало», «агрессивный слух» и «нелепый слух».

3. Слухи появляются и распространяются при совпадении двух главных условий. Во-первых, необходим интерес массовой аудитории к определенной проблеме, высокая актуальность этой проблемы, ее связь с жизненными потребностями людей. Во-вторых, обязательна неудовлетворенность такого интереса. Слух возникает тогда, когда жизнь сама порождает потребность в информации на некоторую тему, а неудовлетворенность такой потребности делает ее предельно актуальной. При распространении слухов с ними происходят определенные трансформации: сглаживаются малосущественные детали, заостряются эмоционально значимые моменты. В целом, слухи адаптируются к особенностям восприятия и условиям жизни той массы, в которой они распространяются. Слухи затухают, когда исчезают причины их появления. Для эффективного противодействия слухам необходимо не упоминать публично о факте их существования, не отрицать содержание слуха, а вытеснять его иной информацией на ту же тему. Если у людей актуализирована потребность в информации на некоторую тему, им надо просто предложить иные возможности ее удовлетворения.
4. Сплетни — ложная или истинная, проверенная или неподдающаяся проверке, но всегда неполная, пристрастная, хотя и правдоподобная информация о вещах и обстоятельствах, которые могут рассматриваться как личные, но имеют широкий социальный резонанс потому, что касаются закрытых сторон жизни замкнутых, элитных социальных групп. Сплетни выполняют шесть основных социально-психологических функций: информационно-познавательную, аффилиативно-интеграционную, развлекательно-игровую, проекционно-компенсаторную, функцию социального контроля над элитой и тактическую функцию в социальной борьбе.

Глава 3.4

Психология **массовой коммуникации**

Теоретическое осмысление. В *Система массовой коммуникации. № Средства массовой коммуникации. Я Эффекты массовой коммуникации.*

Начнем с достаточно банальной констатации. Массовая коммуникация — настолько сложный и многомерный феномен, что едва ли можно представить себе его целостное и однозначное определение. Уже к 1980 году насчитывалось не менее 16 различных концепций массовой коммуникации в разных областях знания[1]. За последующие годы число таких, только концептуальных определений, как минимум, удвоилось. Отметим, что наибольшая их часть относится к социологии и социальной психологии. Однако практически отсутствуют исследования массовой коммуникации, сфокусированные на ее специфической, собственно массовой природе: в центре внимания так и продолжаются находиться индивиды и группы.

В современных трактовках понятием «массовая коммуникация» (от латинского *communicatio* — сообщение, передача) принято обозначать массовый процесс «производства информации, ее передачи средствами прессы, радио, телевидения и общение людей как членов "массы"... осуществляющееся с помощью технических средств» («Политология: Энциклопедический словарь», 1993). Быстрое индустриальное развитие человечества, сопровождавшееся ускоренной урбанизацией, в том числе скоплением в городах огромных масс людей, оказавшихся вырванными из привычного окружения, делало малоэффективными прежние способы социальной взаимосвязи, требовало новых форм общения. Такой формой и стала массовая коммуникация — новая, особая среда формирования, распространения и функционирования различных образцов восприятия, мышления и поведения, через усвоение которых и происходит воспроизводство «массы».

Материальной предпосылкой возникновения массовой коммуникации в первой половине XX века стало создание технических устройств (прежде всего, массовое распространение радио), позволявших осуществлять очень быструю передачу и массовое тиражирование больших объемов вербальной, образной и музыкальной информации. Собирательно комплексы этих устройств, обслуживаемых работниками высокой профессиональной специализации, и принято называть «средствами массовой информации» или «средствами массовой коммуникации»[1].

[1] См.: Silberman A. The sociology of mass media and mass communication. // Intern. Social science journal (P.). 1980. Vol. 32. № 2. P. 223-237.

[1] См.: Философский энциклопедический словарь. М„ 1983. С. 348.

По сути, это особая человеческая деятельность, осуществляемая в целях воздействия на объективно несвязанные социальные группы и отдельных индивидов ради массовизации их сознания и поведения. М. Вебер прямо рассматривал прессу как «капиталистическое предприятие». Р. Парк, Ч. Кули, У. Липман и др. трактовали массовую коммуникацию как особый способ общения массы — возникающей на волне индустриализации и урбанизации «коллективной группировки», объект интересов членов которой лежит вне широкого разнообразия локальных групп и культур, к которым они принадлежат[1].

Теоретическое осмысление

В начале своего развития массовая коммуникация изображалась большинством исследователей как новый способ общения индивидов в пределах большого города, страны или мира в целом, когда они вырваны из привычных условий взаимодействия и действуют независимо от социальных ролей, определяемых их положением в социальных группах и обществе в целом. В такой ситуации именно надличностная коммуникация соединяет этих людей, образуя из них некоторую общность. Подразумевалось, что чтение газет, прослушивание радиопередач и просмотр телепрограмм как бы напрямую выступал в качестве сильнейшего суггестивного механизма, формирующего массу, что называется, на ровном месте.

Однако уже в 1940 г. П. Лазарсфельд, Б. Берельсон и Г. Годэ показали, что дело обстоит не так просто[2]. Они установили, что массовая коммуникация на самом деле не такая уж и массовая, с точки зрения внутренней структуры ее действия. Это означает, что распространяемые массовой коммуникацией сообщения первоначально усваиваются так называемыми «лидерами мнений», в большинстве неформальными, а уже от них поступают к менее активным последователям. Так было установлено наличие двух основных уровней массового коммуникационного процесса. «Верхний» уровень — опосредованное общение между достаточно большими массами людей. «Нижний» уровень — межличностная коммуникация, способствующая усвоению коммуникации массовой через адаптацию ее сообщений с помощью «лидеров мнений». Оба уровня, а особенно последний, имеют непосредственную связь с источниками массовой коммуникации. В русле выявления зависимости массовой коммуникации от более широкого социального окружения развиваются теории «диффузии инноваций» и «обратной связи» от аудитории к коммуникатору (схема Дж. Райли, Ф. Балль[3]). Активно изучаются социальные функции массовой коммуникации. Надо отметить, что существующие концепции места и роли массовой коммуникации в обществе многоварианты. Одни из них рассматривают массовую коммуникацию как выражение концентрации власти «верхов» над «низами» (Р. Миллс). Другие видят в ней способ обеспечения духовного контроля над массами (П. Лазарсфельд, Р. Мер-

[1] См.: *Blunter H.* The mass, the public and public opinion. // Readers in public opinion and communication. — N. Y., 1950.

[2] См.: Sociology of mass communications. L, 1976. Подробнее см.: *Lazarsfeld P., Berelson B., GodetH.* The people's Choice. N. Y., 1944.

[3] См.: *Dalle F.* Medias et societe. P., 1980.

тон). Третьи считают ее решающей сферой борьбы политиков за обеспечение духовного господства в мире (Х. Шиллер). Особое место занимают оригинальные теории М. Маклуэна и А. Моля, в которых массовая коммуникация и создаваемая с ее помощью культура рассматриваются почти как новый этап социального общения.

Исследования массовой коммуникации позволяют выявить ее основные социальные функции. Так, по мнению Б. А. Грушина, можно говорить о пяти таких функциях[1]. Во-первых, непосредственно *информационная функция,* так или иначе выступающая в качестве основной задачи массовой коммуникации (не случайно во многих исследовательских работах, да и на практике почти в качестве синонима используется понятие «массовая информация»). Во-вторых, *функция социализации* (или воспитания), обычно связанная с формированием или изменением интенсивности или направленности определенного типа установок, ценностей или ценностных ориентации аудитории, с которой идет коммуникационный процесс. В-третьих, это *функция организации поведения,* связанная с прекращением, изменением или инспирированием какого-либо действия данной аудитории. В-четвертых, *функция создания определенного эмоционально-психологического тонуса* аудитории. В-пятых, собственно *функция коммуникации* как таковая, связанная с усилением, поддержанием или, напротив, с ослаблением связей между разными аудиториями с одной стороны, и коммуникатором и аудиторией — с другой.

С социально-психологической точки зрения, картина выглядит несколько по-иному. В контексте психологии масс основной, стратегической функцией массовой коммуникации как раз и является формирование массовой психологии, формирование массы как субъекта социального действия, независимо от того, в каких именно, активных или пассивных, формах оно будет осуществляться. Все остальные функции носят тактический, инструментальный характер, содействуя реализации стратегической функции.

Другими словами, важнейшей является психологическая интеграционно-коммуникационная функция. Для ее обеспечения необходимо создание определенного общего эмоционально-психологического тонуса аудитории. Кроме того, необходимо обеспечить аудиторию определенным общим набором информации, создать единую систему координат в восприятии информации. Было бы хорошо параллельно выполнять и социализирующе-воспитательную функцию, формируя единые установки, ценности и ценностные ориентации. Наконец, конечной целью является организация поведения сформированной таким образом массы и его стимуляция в определенном направлении. Подчеркнем, однако, что две последние задачи особенно важны для коммуникатора. Для массы они вообще не имеют принципиального значения. При условии реализации трех первых функций масса формируется как уже самодостаточная общность, которая сможет решить и вопросы установок, ценностей и ценностных ориентации и тем более выбрать наиболее удобную для себя направленность поведения.

Из сказанного следуют, как минимум, два основных вывода. Во-первых, массовая коммуникация объективно является особым способом общения отдельных индивидов, неизбежно способствующим их самоорганизации в массу. Это мало зависит от коммуникатора. Во-вторых, помимо такой совершенно объективной и как бы вынужденной для коммуникатора функции формирования естественных масс (без осущест-

[1] См.: Массовая информация в советском промышленном городе. М., 1980. С. 85-87.

вления этой функции просто не было бы массовой коммуникации как особого феномена), массовая коммуникация может формировать и массы искусственные. Этот, уже субъективный процесс в основном зависит от коммуникатора. Он происходит в ходе осуществления двух последних функций и связан с манипулированием возникшим в результате осуществления первых функций массовым сознанием.

Феномен массовой коммуникации, таким образом, можно рассматривать с двух точек зрения. С одной стороны, это определенный набор новых технических средств для давно известного суггестивного воздействия на психику людей, опирающихся на древние, теперь почти архетипические механизмы массовизации, готовность к которой неизбежно усиливается у людей, как бы «вырванных» из привычных условий социального взаимодействия. Мы уже видели в предыдущих главах, что масса обычно как раз и представляет собой общность людей, по разным причинам «выбитых» из своих социальных ролей.

С другой стороны, феномен массовой коммуникации — это далеко не только новые технологии, использующие старую психологическую основу. Помимо очевидности новых технических средств массового тиражирования и «доставки» сообщений до аудитории, это еще и принципиально новые чисто содержательные компоненты психологического воздействия. Современный коммуникатор не просто имеет удобные системы связи с многочисленной аудиторией — он транслирует качественно иные сообщения, вызывающие не просто суггестию оцепенения, слепого подчинения и некритического подражания. Массовая коммуникация — это уже далеко не просто размноженный миллионными тиражами все тот же первобытный шаман с бубном из далекой пещеры, всего лишь удобно устроившийся в каждом телевизоре, в каждом доме. Это не просто старые суггестивные, а предельно новые контрконтрсуггестивные механизмы массовизации человеческой психики. С учетом всего сказанного мы будем иметь в виду, что феномен массовой коммуникации, особенно в его новейших выражениях, представляет собой новый этап в развитии феноменов массовизации психики.

Его принципиальная новизна заключается в том, что внешне он сохраняет максимально возможную степень индивидуализации человека и человеческого сознания — не нужны контактные группы, все сидят по домам, каждый имеет свободу выбора: смотреть ему или не смотреть телевизор, а если смотреть, то какой канал. Но это — внешне. Внутренне же, психологически, выбора нет. Абсолютное большинство населения смотрит тот же телевизор, слушает радио, читает газеты. Средства массовой коммуникации — шаман эпохи информационных революций. Эпоха массовых коммуникаций характеризуется трансформацией «естественных» контактов в «технические». Таким образом, вслед за массами «естественными», а затем «искусственными», мы получаем принципиально новый вид масс — «технические».

Их возникновение и развитие связывается исследователями с тремя достаточно специфическими массово-психологическими функциями средств массовой коммуникации: во-первых, это функция общей регуляции психодинамики общества; во-вторых, функция интеграции массовых настроений; в-третьих, функция регуляции циркуляции психоформирующей информации. Проще говоря, речь идет о психологической регуляции общества через интеграцию массовых настроений и, соответственно, через регуляцию циркуляции не соответствующей этому информации. Так, во всяком случае, это видят сторонники усиления влияния «четвертой власти» — власти средств массовой информации.

Система массовой коммуникации

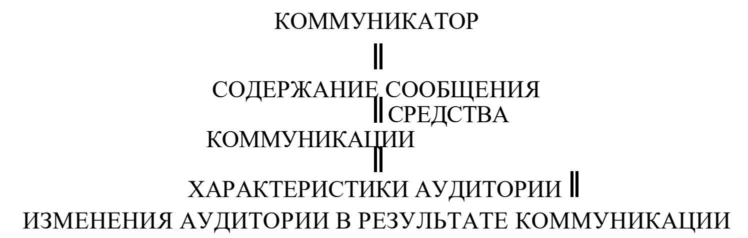
Простейшую коммуникационную модель знал уже Аристотель. Она включала три момента:

$$S => M => R,$$

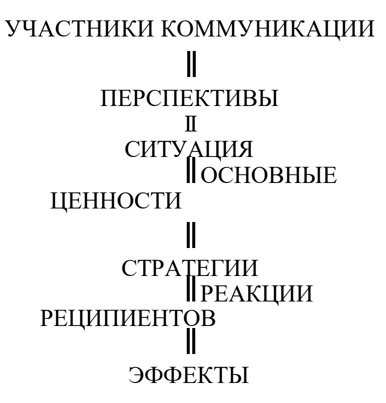
где *S (sourse)* — источник, *M (message)* — сообщение, *R (receiver)* — получатель. Если добавить обратную связь, связывающую реципиента с источником, то возникнет почти современная модель.

В общем виде массовая коммуникация представляет собой систему, состоящую из источника сообщений и их получателя, связанных между собой физическим каналом движения сообщений (газеты, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись, Интернет). Со времен ранних работ Г. Лассуэлла считается, что определение массовой коммуникации становится ясным лишь по мере ответов на последовательную цепочку вопросов: *кто* говорит — *что* сообщает — по какому *каналу* — *кому* — с каким *эффектом*[1].

В более поздней трактовке того же Г. Лассуэлла ситуация представлялась уже в значительно более сложном виде. Рассмотрим предложенную им «коммуникационную формулу»:



Фактически эта схема иллюстрирует приведенные выше основные вопросы, предъявлявшиеся Лассуэллом к массовой коммуникации. Однако позднее, в 1967 г., он еще раз переработал схему, уточнив некоторые моменты. Она стала выглядеть несколько по-иному:



[1] См.: *LasswellH.* The structure and function of communication in society. // Mass communications. Urbana, 1960.

Понятно, что в данном варианте это уже схема не субъект-объектного, а субъект-субъектного процесса. Исчезло массово-коммуникативное воздействие — появилась совместная деятельность. Она определяется ситуацией и возможными перспективами. Ее предметом являются основные ценности аудитории. На их изменение направлены разные стратегии, которые вызывают разные реакции. В итоге возникают различные эффекты массовой коммуникации. Отметим исчезновение понятия «эффективность» — ведь оно подразумевает чье-то воздействие. При совместной деятельности воздействия вроде бы нет — значит, должны быть просто некоторые «эффекты».

Если предыдущая схема отражала прежде всего внешнюю структуру массовой коммуникации, то данная схема соответствует скорее ее внутреннему содержанию. Они не противоречат, а лишь взаимно дополняют друг друга. Для удобства, однако, мы возьмем за основу более реалистичную и очевидную внешнюю схему коммуникационного процесса. Рассмотрим ее звенья подробнее.

Коммуникатор

В самом простом понимании коммуникатор — это некоторая инстанция, организующая и контролирующая массовую коммуникацию. Однако и организация, и контроль — все это далеко не единственные функции коммуникатора. Это, скорее, функции того, кого ныне принято называть «вещатель» или «издатель». Понятие же «коммуникатор» в общепринятом понимании скорее ближе к понятию «источник», от которого исходит некоторое сообщение.

Источник в данном контексте — это тот, кто определяет коммуникационную политику, собирает необходимую информацию, каким-то образом обрабатывает ее, определяет ее окончательный вид и содержание, «подписывает» ее и «выпускает в свет», в тираж. Таким образом, источник выполняет шесть основных функций: 1) определение коммуникационной политики и контроль за ее осуществлением; 2) сбор информации; 3) обработка информации; 4) создание «сообщения», определение его окончательного содержания; 5) принятие на себя ответственности за данное сообщение, поскольку оно идет от его имени (в широчайших вариантах от «Я считаю...» до «ТАСС уполномочен заявить...»), т. е., реально, «подписывает» выпускаемое в тираж «сообщение»; 6) выпуск «в свет» (в тираж, в эфир) данного «сообщения». В качестве отдельной интегративной функции коммуникатора с легкой руки К. Левина иногда выделяется «функция вратаря», принимающего решения при отборе и подаче информации.

Коммуникатором или источником может быть правительство страны, политическая партия, общественная организация, информационное агентство, редакция газеты, издательский дом, медиа-холдинг, ведущий отдельной радиопередачи или телевизионной программы. Формат коммуникатора достаточно вариативен. Однако дело не в формате, *а.* в перечисленных основных функциях. Каким бы ни был формат, он всегда подразумевает уровни, на которых определяется его общая политика и формулируются соответствующие директивы (в том числе и так называемая «внутренняя цензура» в случае, когда коммуникатором является отдельный журналист), а также уровни, на которых практически готовится и осуществляется коммуникационная деятельность.

От источника зависят эффективность коммуникации и основная цель, которую будет преследовать коммуникация. Обобщенно, цель может быть двоякой. Либо это оказание содействия в формировании «естественной» массы нуждающихся в этом людей (удовлетворение их основных информационных, эмоциональных и целого ряда прочих запросов и потребностей), либо формирование «искусственной» и «технической» массы не в интересах этих людей, а исключительно для достижения собственных целей источника и стоящих за ним социальных, экономических и политических сил.

Аудитория

Начиная от первых исследований массовой коммуникации, согласно традициям, заложенным ведущими представителями Франкфуртской школы Т. Адорно и М. Хорнхаймером, массовая коммуникация стала трактоваться как целенаправленный механизм массовизации общества, очень удобный в политических целях, прежде всего для тоталитарных социально-политических устройств. Это было подтверждено на исследованиях геббельсовской пропаганды в Германии и сталинской пропаганды в СССР.

Соответственно полученным выводам, аудитория массовой коммуникации до сих пор многими понимается как в основе своей пассивный, безвольный и лояльный продукт соответствующей обработки. Подвергаясь ей, формируемая массовой коммуникацией «масса» в значительной части и поныне выступает как своеобразное «множество самодовольно-ограниченных, непоколебимо уверенных в своей суверенности, а на самом деле легко манипулируемых индивидов» («Политология: Энциклопедический словарь», 1993). Такой субъект-объектный подход, при котором активным субъектом выступает только сам источник, а аудитория фигурирует в виде пассивного объекта, отражал откровенно манипулятивную суть массовой коммуникации своего времени. В определенной части такое понимание сохранилось и поныне. Например, господствующая в современной массовой коммуникации так называемая «индустрия развлечений» рассматривается некоторыми исследователями как «социальная терапия побега от действительности» (Х. Хольцер), как удобный «способ наделения живых людей уровнем умственного развития манекенов», как подмена всего проблемного занимательным.

Трудно возражать подобным подходам. Отчасти они безусловно верны и справедливы. Однако в последние десятилетия ситуация стала меняться. Под влиянием постоянно снижавшейся эффективности субъект-объектной схемы коммуникационного воздействия стал развиваться иной, более гибкий субъект-субъектный подход. Сама реальность показывает, что пассивные аудитории, готовые принимать любое сообщение, уходят в прошлое. У большинства жителей развитых стран сформировались сложные, дифференцированные коммуникационные потребности. Сегодняшний человек уже не может обходиться в повседневной жизни без газеты, радио, телевидения. Более того, теперь ему совсем недостаточно одной газеты, одной радиостанции или одного телеканала. При обилии информации, в которой трудно разобраться самому, он ждет от средств массовой коммуникации помощи в их интерпретации и требует ее. Он требует выбора для того, чтобы, сравнив, затем выбрать «свой» источник. Эта активность аудитории — одна сторона вопроса.

В то же время, с другой стороны, конкурентное развитие средств массовой коммуникации, вынужденных уже бороться за аудиторию, постоянно расширяет возможности выбора для людей. Развитие коммуникаций само активизирует аудиторию, вынуждая ее к поиску «своих» источников, к постоянному выбору между нарастающим числом альтернатив. В отличие от, скажем, Северной Кореи, где граждане до сих пор имеют лишь один телеканал, который они обречены смотреть до 23.00 (после этого — всем спать!), в развитых странах существуют десятки телеканалов. Легенда рассказывает, что на заре появления телевидения в СССР, когда счет телеприемников шел на единицы (понятно, в чьих квартирах они находились), ежевечерние передачи начинались с того, что диктор прямо обращался: «Дорогой товарищ Сталин! Начинаем передачу программы новостей советского телевидения...». Естественно, что в ситуации такого типа о выборе можно было только мечтать. Теперь положение в мире иное.

Современная аудитория активно «щелкает кнопками», часто переключая каналы, а ежедневные социологические рейтинги каналов и телепрограмм жестко отражают степень и направленности ее активности. Соответственно, «источник» теперь просто не может не считаться с этим, особенно в тех странах, где средства массовой коммуникации освободились от политико-пропагандистской монополии властей и уже перешли на рыночные, коммерческие рельсы. Перестав быть'тупым «объектом» коммуникации, современная аудитория стала весьма разборчивым и очень активным субъектом потребления коммуникационного «товара».

Фактор роста активности аудитории, в целом, оказался даже полезным для средств массовой коммуникации, хотя и создает им немало проблем. Дело состоит в том, что активная аудитория самостоятельно ретранслирует значительную часть сообщений среди населения и реализует их в своем потребительском поведении, что оказывается практически предельно важным для рекламной части массовых коммуникаций, на средства от которой, в основном, и развивается коммуникатор.

Отсюда — растущее повышенное внимание к психологическим, социологическим и социально-психологическим исследованиям аудитории, к совершенствованию форм и методов той «обратной связи» между коммуникатором и аудиторией, о которых речь пойдет дальше.

Коммуникационное сообщение

В наиболее простом понимании, коммуникационное сообщение — это сгусток информации о некой случившемся факте. Однако если информационные факты в жизни и бывают «сами по себе», то информационных сообщений о «самих по себе» фактах в массовой коммуникации не бывает. По самым разным, причем неизбежным, причинам нет и не может быть сообщения о факте «в чистом виде». Так или иначе, объективно или субъективно, осознанно или неосознанно, целенаправленно или спонтанно, к информации о факте всегда примешивается отношение к нему.

Речь не о пропаганде — там все ясно. Один и тот же информационный факт можно изложить диаметрально противоположными способами. Один и тот же взрыв, допустим, в Чечне, может быть и «очередным злодейским преступлением бандитов», и, с той же достоверностью, «еще одной успешной операцией повстанцев». Здесь все зависит от общей политики коммуникатора.

Речь о другом — о том, что в самом процессе сбора информации, ее сортировки, обработки и оформления к информационному факту все равно неизбежно примешивается значительная доля субъективного отношения тех людей, которые заняты в этом процессе. Это отношение к факту, к своей работе, к начальству, к зарплате, к аудитории и т. д.

Исходя из этого коммуникационное сообщение и принято определять как «факт, спрессованный с отношением к нему». Отношение может быть разным — идеологическим или коммерческим, осознанным или неосознанным. Но оно есть всегда, и игнорировать это — значит, отказаться от понимания механизмов действия массовой коммуникации.

Однако отдельное сообщение — это только одна молекулярная единица информационного потока массовых коммуникаций. Для понимания же природы всей современной массовой коммуникации надо обязательно иметь в виду, что она представляет весь мир в виде непрестанно обновляющегося набора сообщений, как правило, не связанных друг с другом прямой, однозначной логической или смысловой связью. Пример — обычная ситуация, когда, скажем, в программе новостей появляется совершенно разномасштабная и разноракурсная информация из всевозможных сфер жизни, от объявления войны против вашего государства до успешного разрешения от бремени слонихи в провинциальном зоопарке.

Именно поэтому для психологии восприятия массовой коммуникации более чем естественным оказывается связывать всю поступающую «мозаику» сообщений не через причинно-следственные отношения (которые непосредственно не представлены аудитории), а как бы «через интервалы». По мнению специалистов, «аудитория оказывается вынужденной как бы "высекать" смысл элементов "мозаики", сталкивая их между собой, добиваясь их "резонанса" (взаимоусиления), стягивая их в одну точку пространства и времени, приурочивать к "здесь и сейчас". Мозаичность массовой коммуникации очевиднее всего в телевидении, как ее наиболее развитом виде. По мере усложнения и уплотнения его программ длительность каждого из их элементов сокращается во времени. Сжатие программ как неизбежное следствие их мозаичной структуры создает противоречие между действительным содержанием освещаемого события и отведенными для его демонстрации узкими временными рамками. В результате информация может превращаться в дезинформацию, "резонанс" будет заглушать и оглуплять здравую мысль, в головах зазвучит хаос». В последние годы все более пристальное внимание исследователей привлекает в этой связи роль массовой коммуникации «как мощного генератора мифов, когда уже наполняемость каждого мига жизни массово-коммуникационного сознания всемирным бытием человека делает его аналогичным сознанию мифологическому с его принципом "все во всем"» («Политология: Энциклопедический словарь», 1993).

По мнению многих, современное коммуникационное сообщение в своей психологической основе является особого рода мифом. В последние десятилетия деятельность роль средств массовой коммуникации в целом рассматривается как мифопроизводящая. Это особого рода мифотворчество, причем не в образном, а в буквально-психологическом понимании. Не случайно еще в 1871 г. К. Маркс писал о тогдашних средствах массовой информации: «Ежедневная пресса и телеграф, который моментально разносит свои открытия по всему земному шару, фабрикуют больше ми-

фов (а буржуазные ослы верят в них и распространяют их) за один день, чем раньше можно было изготовить за столетие» (Маркс, Энгельс, 1951-1984). В то время еще жили в умах примеры формирования политических мифов с помощью газетных заголовков. Так, до сих пор наиболее ярким примером считается смена заголовков одних и тех же парижских газет в течение нескольких дней, понадобившихся Наполеону для возвращения к власти после ссылки на остров Эльба. Заголовки первого дня: «Корсиканское чудовище вырвалось на свободу!». Второй день: «Узурпатор бежал с острова Эльба». Через насколько дней: «Бонапарт находит поддержку в провинции». Следующий этап: «Наполеон с поддержавшей его армией приближается к столице». Наконец, апофеоз: «Париж приветствует его величество императора!». Так, от резко негативного через нейтральное к восторженному может меняться содержание мифов, формируемых коммуникационными сообщениями. Сохраняя объективность информационного компонента (факта), это осуществляется за счет смены компонента эмоционального — отношения к приводимому факту.

В наше время особенно подчеркивается эта роль в случае телевидения. Так, вполне откровенно считается, что зрителю бессмысленно «нанизывать» мозаично сообщаемые на телеэкране сообщения на «линейно-перспективную», логически стройную последовательность (когда причина — это то, что в начале, а следствие — то, что в конце. Сталкиваясь с таким потоком, в поисках устойчивой опоры сознание стремится выйти за пределы этой событийной поверхности жизни, обнаружить ее глубинные, «извечные» первоосновы. В этой связи и напрашивался вывод известных исследователей данных процессов М. Маклуэна и У. Онга о том, что в силу самой своей сути и природы средства массовой информации возвращают и погружают человека в миф. Что «миф тем самым снова, как когда-то в исторически далеком прошлом, оказывается органичным способом отношения к действительности... Следует при этом иметь в виду, что уже под действием товарного фетишизма отношения мифотворчества действительно распространяются как на теоретическое, так и на обыденное сознание, естественно захватывая и массовое духовное производство, создавая положение, когда люди склонны наделять могуществом средства массовой информации уже в силу того, что от них узнают почти все, что происходит в мире» (Маркс, Энгельс, 1951-1984).

Таким образом, для аудитории мифом становится и само телевидение, и передаваемые им сообщения. В итоге, несмотря на внешнюю свободу выбора, все равно формируется сакральное отношение к массовой информации и ее коммуникаторам. Дело, однако, совсем не в уважительном отношении к работникам телевидения. Мифотворчество перестраивает восприятие и мышление аудитории. Особый, клиповый характер непрерывного потока сообщений диктует иную скорость психических процессов. Сокращение времени для комментариев и аналитических программ ведет к деградации мышления аудитории. В итоге, она становится все более легковерной для восприятия разного рода мифов.

Это дополнительно облегчается целенаправленным упрощением мифов. Еще в начале XX века У. Липман всерьез утверждал, что можно создать такой символ, который собирает воедино эмоции, оторванные от идей. Он полагал, что главная задача транслируемых средствами массовой коммуникации сообщений — это «интенсификация чувств и деградация зависимости». Современное телевидение активно использует эти возможности.

Сопоставление основных структурных и социально-психологических характеристик мифа и образов массовой коммуникации обнаруживает их подчас удивительное подобие, изоморфизм и способность к взаимоусилению. Так, в мифе происходит слияние общего и единичного в единую, нераздельную целостность. Все в действительности неродственное обычно понимается в мифе как ближайшим образом родственное, а мифологическое время предполагает наличие «всего во всем», соединяя в единый сплав прошлое, настоящее и будущее. Отметим в этой связи еще и пространственно-временную замкнутость мифа, «космос» которого, воспроизводя себя снова и снова, в итоге все равно оказывается равным самому себе. Это совершенно аналогично действию представляющих как бы «все времена и пространства сразу» информационных блоков современной массовой коммуникации.

Нельзя сбрасывать со счета и то, что миф культивируется массовой информацией. Удобен он и для психологии масс: он формирует определенное мироощущение, создает установки, обладающие стойкостью предрассудков. Миф устанавливает вымышленные причинные связи между реальными объектами, порождает ложные объекты (например, героические образы вполне заурядных политических лиц), легенды о славном прошлом, соединяет действительность с вымыслом, вносит вымышленные отношения в реальность социальной жизни.

Собственно говоря, здесь и возникает совершенно особое, мозаично-клипово-мифологическое массово-коммуникационное сознание. Довольствуясь исключительно осколочными сообщениями и фантастическими связями между ними, оно вполне успешно функционирует в массовом сознании, порождая и укрепляя иллюзии всеобъемлющего знания о мире и происходящих в нем событиях. В итоге же, так складывается гипертрофированное влияние, например, телевидения на психологию масс. В конечном счете это влияние и выразилось в возникновении совершенно особых общностей, например «телевизионного электората». В последние десятилетия люди стали голосовать, по сути, не за программу или лозунги той или иной партии, а исключительно за телевизионный имидж претендентов. Своего рода обратная сторона этого процесса — появление новой, особой власти, «телекратии», состоящей из числа наиболее рейтинговых и часто выступающих телеведущих, реально обладающих возможностью тиражировать свои прежде всего личные симпатии и антипатии, тем самым во многом предопределяя социально-политическое поведение населения. Такая «телекратия» — это не виртуально-абстрактная «четвертая власть», которую никто и всерьез-то не воспринимает. Это совершенно конкретные люди, которые более или менее успешно, но управляют-таки массовым сознанием, и к которым теперь уже регулярно вынуждены ходить на поклон политики, мечтающие стать любимцами масс. Как верно отмечал один из наиболее известных исследователей данных процессов Дж. Барбер, «с упадком партий люди обращаются к газетам, журналам и телевизорам за руководством. И именно здесь, в политическом журнализме, они находят новую элиту», обладающую серьезной властью (Barber, 1980).

Средства массовой коммуникации

Считается, что уникальность коммуникационного процесса заключается в пяти основных его свойствах, как раз и обеспечиваемых средствами массовой коммуника-

ции. Во-первых, это диахронность — возможность устойчивого сохранения передаваемого сообщения во времени. Во-вторых, диатопность — возможность преодоления передаваемыми сообщениями значительных пространств и расстояний. В-третьих, мультиплицирование — возможность многократного, почти неограниченного воспроизведения одного и того же, аутентичного содержания. В-четвертых, симультанность — это возможность предоставлять совершенно аутентичные сообщения множеству людей практически одновременно. В-пятых, репликация — возможность регуляции своих воздействий самими средствами массовой коммуникации. Однако эти свойства относятся только ко всей системе массовой информации. Далеко не все конкретные средства массовой информации соответствуют всем этим возможностям. Поэтому они и заслуживают раздельного рассмотрения. Понятно, что приведенный выше анализ содержательно-психологических аспектов сообщений, деятельности коммуникаторов и особенностей аудитории не должны закрывать то, что подчас пренебрежительно именуется «техническими средствами» массовой коммуникации. За каждым таким «техническим средством» стоит особый пласт серьезных социально-психологических проблем, по сути определяющих успешность или неуспегдность их воздействия на аудиторию, а также количество и качество формируемой ими массы. К сожалению, до определенного времени исследователи игнорировали эти моменты. Так, Б. Берельсон прямо иронизировал: «Некоторого рода сообщения по некоторого рода вопросам, доведенные до сведения некоторого рода людей при некоторого рода условиях, имеют некоторого рода воздействия» (Berelson, 1952). Как видим, о средствах передачи сообщения даже не упоминается.

Начнем с простого: технические средства массовой коммуникации нельзя рассматривать как равноценные. На практике, три наиболее распространенных таких средства — радио, телевидение и пресса — имеют свои особые, причем достаточно различные функции. Более того, смешение этих функций и названных средств коммуникации между собой снижает эффект их воздействия, лишая такое воздействие избирательности и «адресности».

Радио, телевидение и пресса отвечают на три принципиально разных вопроса и, в соответствии с этим отражают каждый свой аспект освещаемого события. Радио отвечает на вопрос «что?» — что случилось? Телевидение отвечает на вопрос «как?» — как случилось то, о чем уже сообщило радио. Наконец, пресса отвечает на вопрос «почему?» — почему именно случилось именно то, о чем рассказало радио, и именно так, как это показало телевидение. Таково сложившееся между ними объективное «разделение труда». Соответственно, только полный, комплексный, системный ответ, состоящий из трех названных взаимодополняющих «подответов», в состоянии реально дать объемную полноценную картину того, что же действительно произошло.

Радио. Преимущества радио состоят прежде всего в наибольшей оперативности, технической простоте формирования и распространения сообщения. В связи с этим радио неизбежно опережает все иные средства массовой информации. В современном мире радио является одним из наиболее доступных средств именно широкой, массовой информации — прежде всего, для менее образованной и, следовательно, менее обеспеченной аудитории. Простенький радиоприемник стоит намного дешевле телевизора и даже подписки на газету или журнал.

Разумеется, специфика радио связана и с определенными объективными недостатками. Радиосообщения воспринимаются исключительно на слух. Слишком боль-

шое количество фактов, деталей, цифр затрудняет восприятие — возникает эффект взаимной интерференции слишком детализированной информации. Кроме того, из результатов специальных экспериментов известно, что на слух вообще воспринимается и запоминается не более 20 % информации: как правило, улавливается лишь самое главное, прежде всего тема сообщения. Кстати, именно поэтому в радиосообщениях рекомендуется несколько (до пяти) раз повторять основные моменты, подбирая разные слова для выражения одного и того же содержания.

Еще один объективный недостаток заключается в том, что к радиопередаче практически невозможно «возвратиться» — нельзя «переспросить» радиоприемник. В силу быстрого темпа передачи новостных сообщений их практически нельзя записать, чтобы обдумать на досуге или поделиться ими со знакомыми. Еще один недостаток состоит в том, что радиостанции редко имеют постоянную аудиторию — она меняется даже в течение дня. Поэтому на радио редки серийные программы, рассчитанные на длительную коммуникативную связь с одной и той же общностью.

Таким образом, неоспоримые преимущества радио, делающие его уникальным средством массовой информации, — это оперативность и эмоциональность, а также то, что в техническом отношении радиосообщения практически не знают ни границ, ни расстояний. Радио, как известно, можно одновременно слушать и в Арктике, и в Антарктиде.

Телевидение. Главное преимущество телевидения заключено в самой его природе — это наличие «картинки», видеоряда. Именно это и придает телевизионному воздействию огромную, ни с чем не сравнимую эмоциональную силу. Сочетая зрительные и слуховые образы, показывая события или явления в динамике, в движении, в развитии, телевидение оказывается наиболее заразительным средством во всей системе массовой коммуникации. Если радио и, тем более, пресса апеллируют к разного рода доказательствам, то телевидение оказывает влияние с помощью совершенно особого инструмента, который можно назвать «показательством». Если радио и, тем более, печатная пресса воздействуют на когнитивные структуры психики, то телевидение обращено прежде всего к эмоциональным и непосредственно действенным структурам.

В силу данного основного преимущества телевидение может не просто создавать у зрителя всем известный «эффект присутствия». Наблюдая за развитием событий на телеэкране, зритель часто отождествляет себя с очевидцем или даже участником события. Так достигается самый главный психологический эффект идентификации телеаудитории с происходящими событиями и их героями. В отличие от рациональной логики, здесь действует эмоциональная «психологика». У телевизионной аудитории работает удивительный для здравого смысла принцип: «Я видел — значит, это правда!».

Безусловно, телевидение имеет свои объективные недостатки. Пока оно все еще далеко не столь оперативно, как радио, — телевизионная съемка, транспортировка кассет, монтаж требуют времени. В техническом плане телевидение менее доступно как в территориальном (большие расстояния, природные помехи и т. д.), так и финансовом отношении (цены на телевизоры).

Свою оборотную сторону имеет и суперэмоциональность телевидения. Понятно, что она неизбежно идет в ущерб аналитичности, осмысленности его программ.

Тем не менее, в целом уникальные достоинства телевидения не просто перевешивают его недостатки — они делают его основным средством массовой коммуникации в современном мире.

Печать. Понятно, что газета еще больше уступает в оперативности радиосообщению, чем телевидение. Поэтому обычно радио первым, хотя и в самой краткой форме, сообщает о том, что случилось. Несколько отставая по времени, телевидение демонстрирует, как это произошло. И только на следующий день, а то и позже, читатель наконец получит газету, в которой прочтет аналитический комментарий, разъясняющий, почему произошло именно то, а не совершенно иное. Аналитичность — важнейшее преимущество прессы. Если телевидение работает вроде бы «для всех», радио — как бы для «ленивых и торопящихся», то газета — исключительно «для умных» или желающих быть таковыми. Хотя, разумеется, аналитичность прессы также имеет свою оборотную сторону: газета значительно уступает и радио, и телевидению в эмоциональности воздействия на аудиторию.

Пресса имеет целый ряд своих преимуществ. К печатному слову можно всегда вернуться, подумать над ним. Можно передать газету друзьям и знакомым, а потом обсудить с ними прочитанное. Можно просто вести досье.

Важным преимуществом является то, что газеты, как правило, имеют стабильную аудиторию — просто в силу наличия подписки на них. Соответственно, возникает важный фактор регулярности воздействия прессы на конкретную, «свою» аудиторию.

Таким образом, в целом, уступая в оперативности, эмоциональности, доступности и целом ряде других моментов, печатная пресса выигрывает в другом: в аналитичности, которая связана с прочностью воздействия. Радио- и телесообщения хоть и захватывающи, но быстротечны и легко забываемы. Газетная статья остается в памяти надолго.

В заключение разговора о технических средствах (каналах) массовой коммуникации подчеркнем главное. Все они имеют и достоинства, и недостатки. Поэтому нельзя выбрать один-единственный канал и ограничиться им. Только совокупное использование всех средств коммуникации позволяет ей быть максимально эффективной как для коммуникатора, так и для аудитории.

Обратная связь

Эффективность массовой коммуникации невозможно оценить без устойчивой «обратной связи» источника с аудиторией. Точно так же для коммуникатора, если он не чистый пропагандист, да еще и находящийся «под обаянием» собственной пропаганды, просто невозможно строить массовую коммуникацию «вслепую», не зная особенностей аудитории, индивидуально-типических черт психики ее отдельных членов и социальной психики в целом — не зная специфики восприятия, мышления, эмоций, установок, стереотипов, норм, ценностей, ценностных ориентации и т. д. Инструменты связи аудитории с коммуникатором, дающие последнему информацию о состоянии аудитории, и составляют то, что на практике принято называть «обратной связью». Это достаточно многообразное понятие.

Основной инструмент обратной связи в современных системах массовой коммуникации — разного рода социологические опросы. Прежде всего это популярные рей-

тинги основных каналов массовой коммуникации. Не претендуя на глубокий анализ, рейтинговые исследования оперативно дают количественную информацию: кто смотрит (слушает, читает), из каких социально-демографических, имущественных и т. д. групп населения. В обобщенной форме это своего рода цифровой портрет той массы, которая создана и поддерживается данным средством массовой коммуникации.

Другие опросы — анкетные, интервью, фокус-группы и т. д. — позволяют прицельно оценить информационные запросы и потребности аудитории, а также степень их удовлетворенности. Один из важнейших выявляемых таким образом показателей — уровень доверия аудитории к разным каналам массовой коммуникации.

Особую роль в последнее время играют так называемые интерактивные опросы, в ходе которых вопрос задается в радио- или телестудии, обычно в прямом эфире, а слушатели или зрители имеют возможность звонить в студию по специальным телефонам.

Наконец, традиционным, но по-прежнему достаточно надежным способом обратной связи является анализ писем, телефонных звонков и иных форм прямого собственного обращения представителей аудитории в средство массовой коммуникации.

В конечном счете, надежная обратная связь должна давать достоверные ответы на четыре основных вопроса: во-первых, кто представляет собой аудиторию (количественный портрет); во-вторых, какие они, члены аудитории (содержательный социально-психологический портрет); в-третьих, чего они хотят (особенности запросов и потребностей); наконец, в-четвертых, насколько они удовлетворены тем, что им дают (уровень удовлетворенности и степень доверия к источнику).

Эффекты массовой коммуникации

В мире до сих пор борются две тенденции. Представители одной, теперь уходящей, никак не желают признавать наличия каких-либо особых «эффектов». Обобщив значительный опыт исследований, Дж. Клэппер в свое время писал: «Массовая коммуникация не служит необходимой и достаточной причиной перемен в аудитории. Скорее, массовая коммуникация функционирует среди и через посредство промежуточных факторов и явлений. Эти сопутствующие факторы таковы, что, как правило, делают массовую коммуникацию дополняющим фактором, а не единственной причиной в процессе закрепления существующих условий» (Klapper, 1966). Однако прошедшее время показало, насколько глубоко ошибочным был этот вывод.

Как из специальных исследований, так и из практики известен целый ряд интересных и важных эффектов массовой коммуникации. К сожалению, рассмотреть их все просто не позволяет объем книги. Ограничимся только двумя достаточно яркими примерами: крайне позитивного и, наоборот, крайне негативного свойства по отношению к телевидению — ведущему средству массовой коммуникации, порождающему наиболее заметные ее эффекты.

«Эффект ореола»

«Эффект ореола» по-другому называется «эффектом нимба». Нимб, как известно, — это светящийся круг, изображаемый вокруг головы Бога, его апостолов или просто

святых и великомученников. Обычно под словами «эффект ореола» в современной массовой коммуникации понимается то «голубое свечение», которым отличаются телеэкраны и которое как бы передается наиболее часто мелькающим на телеэкране персонам. В традиционной социальной психологии под «ореолом» понимается распространение авторитета, популярности от конкретного лидера или же какого-то обобщенного символа на их наиболее доверенных последователей и сторонников. Вспомним хрестоматийные фразы из известных кинофильмов (средств массовой коммуникации своего времени) — типа «Меня Ленин послал!» или «Именем революции!», а также «эффект мандатов» в первые годы Советской власти в России. Ныне ситуация глубоко изменилась. Все чаще на практике речь идет о «голубом ореоле».

Из повседневной жизни известно: человек, узнаваемый внешне по его частым появлениям на телеэкране, неизбежно воспринимается простыми людьми как «начальник». Даже затратив значительные усилия, обычную аудиторию бывает просто невозможно переубедить в этом. Причина такого восприятия заключается в том, что массовая коммуникация действительно является массовой не только в чисто количественном, но и в качественном смысле. Приведенный в начале главы образ первобытного шамана, сидящего в каждом телевизоре, не так уж абсурден. Просто в качестве шамана, создающего массу, ныне выступает сам телевизор. И практически любой человек, связываемый массой с телеэкраном, неосознанно воспринимается как новый жрец и полномочный представитель этого современного божества.

Средства массовой информации, порождающие массу, для массового сознания как раз и оказываются новыми божествами, даже обладающими собственными нимбами. Соответственно, пресловутая «четвертая власть» оказывается основанной далеко не только на вполне рациональных претензиях «телекратии». На деле эта власть обладает глубинной природой. Действие тех самых контрконтрсуггестивных механизмов, которые превращают разрозненных индивидов в однородную массу телезрителей очередного сериала, активизирует и в современных людях глубоко архивированную психику первобытной массы. Развертываясь же, эта психика сама, независимо от сознания этих людей, начинает требовать вождя, шамана, божество. Очевидно, что простое поклонение деревянному или пластиковому ящику было бы предельно нелепым — не ящик же порождает массу. И тогда возникает автоматический перенос требований-ожиданий вождя, шамана или божества на тех уже конкретных, живых людей, которые чаще всего появляются в «ящике», которые с ним «на ты», т. е. являются приближенными к нему лицами.

Нет смысла повторять банальные истины: не люди выбирают депутатов и президентов. Вначале их выбирает этот самый «ящик». После этого у «избранных» и «приобщенных» возникает «эффект голубого ореола». И только потом, уже почти автоматически, реальные избиратели выполняют волю современного божества, всплывающую из их подсознания.

Дж. Барбер писал, что теперь «главная задача кандидата на пост президента заключается не в организации коалиции единомышленников или союзов с другими кандидатами или политиками в своей партии или даже в завоевании голосов избирателей, чьи руки он пожимает, а в том, чтобы завоевать на свою сторону журналистов, которые и определят его успех или неудачу» (Barber, 1980).

«Эффект бумеранга»

Если предыдущий пример касается механизмов почти всесилия телевидения, то следующий связан с его подчас проявляющимся бессилием или, еще хуже, с предельно негативной ролью для связанных с ним людей. Это и называется «эффектом бумеранга».

Бумеранг, как известно, представляет собой оружие австралийских охотников-аборигенов, обладающее уникальным свойством. Сделав свое дело, бумеранг всегда возвращается в запустившие его умелые руки. Однако, будучи неправильно употребленным, тот же бумеранг возвращается неожиданно и по неправильной траектории. Будучи неправильно употребленным, он вполне может убить самого охотника.

Еще Ю. А. Шерковин (1973) рассматривал «эффект бумеранга» как дисфункциональный эффект плохой пропаганды. Он писал о фактах накопления пропагандистского влияния и наличии предела насыщения человека информацией. Выход за этот предел дает негативные результаты. Современный телезритель, явно «перекормленный» однообразной телевизионной информацией, способен на восстание против своего вождя, шамана или даже Бога.

Все это также вытекает из основных законов психологии масс. Как уже обсуждалось в первой части книги, заунывное камлание шамана, при нетворческом подходе к своим обязанностям, вместо массовизации и сплочения населения пещеры подчас вызывало ощущение скуки. Тогда те, у кого это возникало, начинали думать. Так, потихоньку, развивалось сознание и контрсуггестия как вынужденные средства спасения от отупляющего камлания. Беда, однако, заключалась в том, что даже начиная думать индивидуально, человек эпохи голоцена не мог индивидуально действовать. Соответственно, индивидуальные бунты были заведомо обречены на провал. Так возникал неизбежный парадокс: бунтовать против массовизации приходилось тоже массой. На определенных этапах недовольная масса отвергала занудного шамана, свергала докучливого вождя, меняла приевшееся божество. Передозировка суггестивного воздействия вела к ослаблению его действия, к контрсуггестивным бунтам. Правда, освобождения они так и не приносили. Появлялись новые вожди, шаманы и боги. Появлялись новые контрконтрсуггестивные механизмы.

Современный «эффект бумеранга» проявляется в том, что масса телезрителей, «перекормленная» одним и тем же персонажем, начинает вначале тихо, молча ненавидеть его, затем отказывать ему в доверии в социологических опросах и, наконец, откровенно бунтовать, тайно голосуя против него на выборах. Телевизионной «каши», оказывается, иногда бывает очень даже «много». И маслом ее очень даже можно испортить. Вот тогда бумеранг и возвращается на горе охотнику.

Известные американские исследователи массовых коммуникаций давно предупреждали, что информационная передозировка в коммуникационных процессах вызывает действие особого рода защитных социально-психологических механизмов — так называемых «сопутствующих факторов на службе усиления» или «барьеров перед коммуникацией» (Katz, 1962). Эти механизмы и порождают «эффект бумеранга», выражающийся в особого рода «конверсии» — решительном отходе реципиентов от своих прежних взглядов и предпочтений. Наиболее склонны к ней люди, не имеющие прочных, устойчивых собственных взглядов и испытывающие перекрестные воздействия разных источников, т. е., по сути, классическая современная масса телезрителей.

Телевизионные бумеранги стали уже достаточно распространенным явлением. С умножением числа телеканалов их суггестивное влияние будет падать и дальше. Уже в ближайшее десятилетие можно прогнозировать если не окончательный, то, по крайней мере, частичный закат эффективности телесуггестии. Однако свобода, как мы убедились, долгой не бывает. На смену телевидению стремительно идет Интернет. Равенство в обладании телеприемниками скоро сменится равенством в массовом доступе к всемирной паутине. Так возникнет новое, еще более эффективное средство массовизации психики. Персональный компьютер с Интернетом в тотальной роли шамана, вождя и технотронного божества XXI века будет, пожалуй, посильнее, чем телешаманы XX века. Тем сильнее будут и суперэффекты новых массовых коммуникаций.

Основные выводы

1. Массовая коммуникация — это процесс производства информации и ее широкого распространения средствами прессы, радио, телевидения, осуществляемый с по мощью специальных технических средств. Появление и развитие массовой ком муникации стало следствием индустриального развития и ускоренной урбаниза ции. Скопление в городах значительных масс людей, вырванных из прежнего, привычного окружения требовало новых форм общения — особой среды форми рования, распространения и функционирования массовых образцов восприятия, мышления и поведения. Все начиналось с газет, но действительно массовой такая коммуникация стала с появлением радио, кино и особенно телевидения.
2. Современная массовая коммуникация представляет собой систему, включающую коммуникатора — источник коммуникационных сообщений, само сообщение и его получателя, аудиторию, связанных между собой каналами (техническими сред ствами) передачи сообщений, и обратную связь между аудиторией и коммуника тором. Анализ массовой коммуникации требует ответа на вопросы: кто говорит? что сообщает? по какому каналу? кому? с каким эффектом? С социально-психо логической точки зрения, коммуникационный процесс включает участников ком муникации, ее перспективы, ситуацию, основные ценности, стратегии, реакции аудитории и результаты коммуникационного воздействия.
3. Коммуникатор — это инстанция, организующая и контролирующая массовую коммуникацию, определяющая коммуникационную политику, собирающая и об рабатывающая информацию, придающая ей окончательный вид и содержание, оформляющая коммуникационное сообщение, «подписывающая» его и «вы пускающая в свет». Аудитория — обычно пассивный, безвольный и лояльный про дукт коммуникационной обработки, тем не менее обладающий определенными особенностями и некоторым уровнем самостоятельной активности, которые тре буют учета посредством организации обратной связи. Коммуникационное сооб щение — это факт, спрессованный с отношением к нему. Структура и характер коммуникационного сообщения имеют много общего со структурой мифа, что по зволяет рассматривать массовую коммуникацию как особую мифотворческую де ятельность. Основные технические средства массовой коммуникации — радио, те-

левидение, пресса — обладают собственными достоинствами и недостатками, поэтому наибольшая эффективность коммуникационного сообщения достигается за счет их комплексного воздействия на аудиторию. Это оценивается с помощью обратной связи, осуществляемой с помощью рейтинговых исследований, социологических опросов, анализа писем и обращений в средства массовой коммуникации.

4. Среди основных социально-психологических эффектов массовой коммуникации выделяются «эффект ореола» и «эффект бумеранга». Основываясь на общих механизмах психологии масс, «эффект ореола» связан с включением у аудитории суггестивной зависимости в восприятии коммуникационных сообщений. Эти сообщения и стоящие за ними коммуникаторы всегда воспринимаются в ореоле того массового отношения, которое существует к тем или иным средствам массовой коммуникации. Противоположен по действию «эффект бумеранга» — отторжение суггестивного влияния массовой коммуникации прежде всего в результате ее избыточного воздействия. Он основан на контрсуггестивных механизмах, способствующих освобождению индивидуального или группового сознания от влияния психологии масс. В совокупности два этих эффекта представляют собой современное использование глубинных уровней социально-психологической памяти масс, сохраняющей в себе как суггестивные, так и контрсуггестивные компоненты, формирующие массовое поведение.

Глава 3.5

Психология **рекламы и PR-воздействия**

*Немного истории. * Генеральная функция рекламы. * Почему люди поддаются рекламе? * Психологические механизмы рекламы. * Политическая реклама*

В строгом смысле слова, сама по себе реклама не является массовым социально-психологическим явлением. Скорее, это определенный способ формирования некоторых видов массового (прежде всего потребительского) поведения, применяемый элитой для своих целей. С другой точки зрения, реклама — это один из компонентов содержания массовой коммуникации. «Реклама, — писал Д. Бузаи, — это один из инструментов, с помощью которого правящая элита пытается навязать массам выгодные ей концепции жизни и поддерживать эти концепции» (Buzzi, 1968). Все верно, но, одновременно, это только лишь современная часть той картины, которую представляет собой реклама. Из сказанного прямо никак не вытекает то главное, что делает рекламу массовым социально-психологическим явлением — реальное возникновение масс в результате ее воздействия.

Современная реклама — это не религия, которая есть не только механизм формирования масс, но и само по себе массовой поведение. Это не слухи, которые существуют исключительно при их массовой циркуляции, внутри массы. Это не мода, которая также формирует массы, но, в отличие от рекламы, не может без них существовать. Это не массовая коммуникация, которая существует как вид связи между реально существующими массами. Тем более это и не массовые движения, не политические партии, которые сами по себе, по определению как раз и представляют некоторую разновидность масс.

Так что же такое реклама и в чем ее главная функция? Зачем, собственно, она вообще нужна?

В 1980-е годы советские словари определяли рекламу как чисто информационное явление: «Реклама (от фр. *reclame)* — информация о потребительских свойствах товаров и видах услуг с целью их реализации и создания спроса на них» («Советский энциклопедический словарь», 1980). Исследователи рекламы возводят ее происхождение к еще более древнему латинскому reclamare (провозглашаю, откликаюсь и даже возражаю — часто с явным оттенком неудовольствия, от чего и понятие «рекламация» как предъявление претензий), к первым письменным объявлениям в Помпее и Геркулануме, к первым европейским глашатаям и отечественным базарным зазывалам.

Л. Корнилов и Н. Фильчикова дают такую подборку определений: «В старом энциклопедическом словаре говорится: "Под именем рекламы понимают вообще пуб-

личное толкование о чем-нибудь, преимущественно посредством печати, усердное пропагандирование какого-либо предприятия, дела, производства, изобретения, открытия, усовершенствования, необыкновенных способностей каких-либо лиц и т. п.". Определение Большой Советской Энциклопедии: "Разнообразные мероприятия, имеющие целью оповещение о чем-либо, популяризацию чего-либо, например, товаров, зрелищ, услуг..."» (Корнилов, Фильчикова, 1978). По свидетельству крупнейшего отечественного исследователя рекламы О. А. Феофанова, «в одном из последних изданий Большой Советской энциклопедии было написано: "Реклама — это средство одурачивания покупателей и навязывания им часто бесполезных товаров сомнительного качества"»[1]. Поверим на слово — тогда писали и не такое.

Единого и общепринятого определения рекламы не существует,, однако во всех определениях основной акцент сделан на нее саму, а не на ее главную, целевую функцию. Везде говорится, что реклама делает или вроде бы должна делать (провозглашать, информировать, публично толковать, пропагандировать, наконец, даже одурачивать), но нигде прямо не сказано, для чего нужна реклама. Это опасно тем, что в частностях растворяется главное. За деревьями можно не увидеть леса.

Главная же проблема современной рекламы заключается в том, что она перестает быть массовой. Совершенствуя технику и технологию воздействия, становясь все более утонченной, дифференцируясь по социальным стратам, доходным слоям и демографическим группам населения, все больше конкретизируясь в поисках «уникальных торговых предложений», она постепенно утрачивает свое главное и естественное свойство: быть механизмом формирования больших человеческих масс. В данном случае — масс потребителей, толпящихся в очередях, изнывающих от неукротимого желания употребить что-то, предлагаемое рекламой.

Немного истории

Анализ ясно показывает, что изначально, исторически, реклама была не просто каналом донесения информации, а механизмом формирования особой массы. Исследователи рекламы обычно приводят в качестве самого древнего из известных такой текст: «Я, Рино с острова Крит, по воле богов толкую сновидения». Этой рекламе уже 2500 лет. Она высечена на камне, который был найден в руинах Мемфиса[2].

Реклама существовала задолго до появления средств массовой коммуникации, выполняя свои массовизирующие функции. Она вполне успешно может делать это и сейчас, совершенно не прибегая к привычным «средствам» и «носителям» рекламы, без которых она уже кажется просто немыслимой. Только один пример. Владелец ресторана в небольшом германском городке привязал у входа в свое заведение осла. Бедное животное, оказавшись среди машин и людей, орало благим матом. Мгновенно собралась толпа, которая не только не расходилась, но и постоянно обновлялась. Примерно половина из этой толпы, постояв, шла в ресторан. Помните, в известной басне И. А. Крылова? «По улицам слона водили — как видно, напоказ. Известно, что

[1] См.: *Феофанов О. А.* Реклама: новые технологии в России. СПб, 2000. С. 10. [1]
См.: *Корнилов Л., Фильчикова Н.* От глашатая до неона. М., 1978. С. 25.

слоны в диковинку у нас. Так за слоном толпы зевак ходили...». Вот вам и требуемая масса — теперь вешайте на этого слона свои торговые предложения, и успех обеспечен.

И напротив, могут не работать и все самые современные технологии, если они теряют главную цель рекламы — формирование массы. Прекрасный пример жизни XIX века дает Н. В. Гоголь, описывая въезд Чичикова в губернский город ./V: «Попадались почти смытые дождем вывески с кренделями и сапогами, кое-где с нарисованными синими брюками и подписью какого-то Аршавского портного; где магазин с картузами, фуражками и надписью: "Иностранец Василий Федоров"; где нарисован был биллиард с двумя игроками во фраках, в какие одеваются у нас на театрах гости, входящие в последнем акте на сцену. Игроки были изображены с прицелившимися киями, несколько вывороченными назад руками и косыми ногами, только что сделавшими на воздухе антраша. Под всем этим было написано: "И вот заведение"». *(Гоголь Н. В.* Собр. соч. — М., 1999.) Однако народу ни внутри, ни снаружи «заведения» видно почему-то не было.

Еще один пример, уже из первой четверти XX века. Помните: «Это была приятнейшая из улиц, какие встречаются в губернских городках. По левую руку за волнистыми зеленоватыми стеклами серебрились гробы похоронного бюро "Нимфа". Справа маленькими, с обвалившейся замазкой окнами угрюмо возлежали дубовые пыльные и скучные гробы гробовых дел мастера Безенчука. Далее "Цирульный мастер Пьер и Константин" обещал своим потребителям "холю ногтей" и "ондулянсион на дому". Еще дальше расположилась гостиница с парикмахерской, за нею на большом пустыре стоял палевый теленок и нежно лизал поржавевшую, прислоненную к одиноко торчащим воротам вывеску:

ПОГРЕБАЛЬНАЯ КОНТОРА *"МИЛОСТИПРОСИМ"*.

Хотя погребальных депо было множество, но клиентура у них была небогатая». В общем, вывод всем достаточно хорошо известен: «В уездном городе Добыло так много парикмахерских заведений и бюро похоронных процессий, что казалось, жители города рождаются лишь затем, чтобы побриться, остричься, освежить голову вежеталем и сразу же умереть. А на самом деле в уездном городе Млюди рождались, брились и умирали довольно редко».

Вот они, яркие примеры того, как реклама вроде бы есть, но исполнять своих функций она никак не желает. Немало таких примеров и в современной жизни. Почему закрылся Московский вентиляторный завод, хотя телеролики с папуасами, вооруженными огромными гаечными ключами и предлагавшими «с вентиляторным заводом заключать договора», часами крутились в телеэфире? И почему гениально удалась пирамидальная затея МММ с Леней Голубковым, в считанные дни созвавшим в «партнеры» великие тысячи людей с миллиардами денег? Ответ, в целом, прост: в первом случае реклама просто совершенно не соответствовала своей генеральной функции, а во втором — точно «попала» в цель. Безнадежная это была задача — формировать в России массу папуасов, к тому же срочно нуждающихся в вентиляторах. И совсем другое дело — собрать в кучу самых настоящих халявщиков, удовлетворив их эмоционально значимую потребность в самоуважении очень простым трюком, обозвав «партнерами». Незнание самой истории психологии масс, общих механизмов и даже самих конкретных феноменов их формирования — это, к сожалению, большой недостаток многих, кто сегодня занимается рекламой.

Генеральная функция рекламы

В сравнительно обозримый исторический период все складывалось вроде бы вполне понятно. Уже в начальном периоде развития массового производства реклама стала активно устанавливать новые стандарты повседневной жизни и такие же стандарты в сознании населения. По существу, именно реклама была самым эффективным средством модификации установок, обеспечивавших дальнейшее расширение стандартизированного производства, а вместе с этим и стандартизированного человека. Реклама стала инструментом формирования и переформирования тех потребительских масс, которые жили натуральным хозяйством и совершенно не знали плодов массового, машинного производства. Такое производство порождало излишки продукции и требовало их реализации. Для этого надо было создать, сформировать соответствующие массы потребителей. Вот для чего и появилась уже почти современная реклама как особое массовое социально-психологическое явление.

Точнее и лучше других суть рекламы этого времени описал известный французский социолог Ж. Эллюль: «Массовое производство требует массового потребителя, но массовое потребление не может существовать без широко распространенных идентичных взглядов на то, что является жизненно необходимым... Поэтому необходимо фундаментальное психологическое единство, на котором может с уверенностью играть реклама, манипулируя общественным мнением... Таким образом, конформность жизни и конформность мысли связаны неразрывно» (Гоголь, 1999).

Еще одна совсем уже откровенная цитата из американского журнала «Принтере инк»: «Реклама должна заниматься массовым производством покупателей так же, как фабрики занимаются массовым производством товаров»[1]. Известно, что практически любая реклама должна последовательно решать пять конкретных задач: 1) извещать; 2) заражать, 3) убеждать; 4) внушать; 5) напоминать. Именно за счет всего этого реклама и производит массового человека-потребителя, формирует реальные (толпящиеся в очередях) или виртуальные («магазин на диване») потребительские массы.

Не нами уже давно сказано: «На Западе, и прежде всего в США, реклама выполняет — и достаточно эффективно — функции социального контроля, представляет собой инструмент управления массами» (Феофанов, 1987). В современном индустриальном обществе должна быть решена главная, базисная задача — сформировать с помощью рекламы потребительские массы под существующее в нем производство и в целом обеспечить, с помощью той же рекламы, их адекватное взаиморазвитие. Анализ современной отечественной литературы по рекламе демонстрирует как минимум две опасные тенденции.

С одной стороны, никак даже не попытавшись осмыслить основы и историю, идет слепой перенос современного опыта развитой западной рекламы на еще девственно чистое, в рекламном плане, российское массовое сознание. Нельзя же всерьез считать историей российской рекламы мало понятную строку В. Маяковского «Нигде кроме, как в Моссельпроме», городок павильонов ВДНХ или, скажем, годовые отчеты «Мосгорсправки». Начинать надо с самого нуля, причем не с рекламы сникерсов и памперсов, а с формирования психологии масс потребителей отечественных товаров. Пре-

[1] Цит. по: *Корнилов Л., Фильчикова Н.* От глашатая до неона. М., 1978. С. 19.

словутый «отечественный производитель» заработает, лишь когда сформируется требующий этого потребитель. Тогда и начнется подъем экономики.

С другой стороны, идет поток отечественных самоделок, новых «открытий» старых «велосипедов», когда доморощенная реклама начинает работать сама на себя, удовлетворяя эстетические запросы ее творцов — в недавнем прошлом проводников вагонов, дворников и т. д. Естественно, что это сразу же оборачивается антирекламой, скажем, призывающей носить кепки задом наперед — «потому, что мы пьем наше пиво». Известно, что перевернутыми кепками нормальную психологию потребительской массы не сформируешь. Пусть даже это самое пиво станет хоть тридцать три раза «раскрученным» и «продвинутым» — дело не в этом.

Некоторое время назад известный рекламный деятель Конрад ван Гил, генеральный директор по рекламе фирмы «Н. В. Филипс», заявил, что в развивающихся странах реклама может начинаться «на пустом месте», без «предубеждений», которые часто необходимо преодолевать в развитых странах: там надо переформировывать массы, а в развивающихся странах их надо формировать заново, что значительно легче. В этой связи он предложил создать в развивающихся странах «Корпус рекламы» — нечто подобное известному «Корпусу мира», чтобы, как он выразился, «сделать рекламу полезным инструментом, которым, как мы думаем, реклама должна и может быть»[2].

Почему люди поддаются рекламе?

Только не надо искать ответы в качестве или количестве рекламы. Вообще, ответ на этот вопрос в рекламе не содержится. Он заключен в людях, в их психике. Сама реклама возникла как следствие некоторых психологических особенностей людей. Другое дело, что затем она стала развиваться, совершенствоваться, пытаясь стать самодостаточной. Однако изначально было что-то другое.

И тут мы вновь возвращаемся к тому самому массовому человеку, который дремлет внутри любого из нас. Базовые потребности в конформизме, в идентификации себя с большой группой, основанные на надежде отрегулировать таким образом свои эмоциональные проблемы — вот то психологическое поле, на котором выросла реклама. Люди изначально поддаются рекламе потому, что хотят поддаться ей. И дело тут не в тонкостях различий разных рекламных носителей, не в графике текста, и даже, часто, не в слогане (хотя это, возможно, единственное, что имеет принципиальное значение за счет все той же, непоколебимой для массовой психологии суггестивной силы вербального внушения). Прежде всего дело в эмоциональных состояниях и в стоящих за ними потребностях. Как правило, это обращения к оптимистическим эмоциям.

Рассматривая рекламу как форму социально-психологического контроля, П. Лондон довольно точно писал: «Этот духовный контроль всегда был психологическим. Он всегда строился на апелляциях либо к страху, либо к желаниям человека. Последние апелляции оказались более эффективными. Те, кто успешно манипулировал мас-

[1] Цит. по: *Феофанов О. А.* Агрессия лжи. М., 1987. С. 65.

совым сознанием, скорее полагались на веру людей в то, что они что-то получат, нежели на то, что они что-то потеряют» (London, 1969). Реклама обычно и привлекает людей прежде всего своим оптимистическим мироощущением.

Многочисленные эксперименты, проведенные психологами, показали, что человек обладает почти исключительной склонностью верить именно в то, во что ему хочется верить, подчас даже вопреки очевидности. Один из основных приемов рекламы, основанный именно на этом, классик рекламного дела А. Мейергоф определил как «приятные чувства от ассоциации с приятными вещами». Он верно писал: «Рекламщики используют это часто: красивая девушка с сигаретой в руке, ребенок, играющий куском мыла, красивое озеро, окружающее банку с пивом» (Meyerhoff, 1965). Хорошо писал об этом и О. А. Феофанов: «Рекламное небо почти всегда безоблачно. Судя по рекламе, американцы только и делают, что пьют, курят, гоняют на автомобилях, обнимаются и улыбаются, улыбаются, улыбаются. У них всегда досуг. Ведь работа — не очень приятное занятие... Здесь все благополучно: великолепные загородные виллы, роскошные автомобили, благополучные люди. Все красиво в этом мире. Пиво "Скол" пьют на фоне бесконечных плантаций тюльпанов. Сигареты "Кул" курят на фоне лесных водопадов. Рубашки "Эрроу" носят на фоне теннисных кортов. А автомобили... Пожалуй, не осталось ни одного сколько-нибудь примечательного пейзажа, на фоне которого не демонстрировались бы "бьюики", "форды", "шевроле". В этом рекламном мире холодильники всегда набиты провизией, на столах — деликатесы, в бокалах — лучшие виски и коньяки. А сами рекламные американцы — это лоснящиеся от благополучия, самоуверенные мужчины, изысканно одетые, холеные женщины, чистенькие, ухоженные дети. И все они улыбаются белозубой рекламной улыбкой» (Феофанов, 1987).

Разумеется, в рекламе используются далеко не только оптимистические эмоции. Наряду с этим подчас применяется и так называемая «апелляция к негативу». Стремясь внедрить нечто в сознание, такая реклама акцентирует отрицательные последствия на том случае, если это не будет принято (сделано, куплено) человеком. «Недостаточно сказать потребителю, что ему будет лучше, если он купит вещь. Но скажите ему, что ему будет хуже, если он ее не купит, и продажа сразу возрастет»[1].

Таким образом, реклама помогает оптимизировать, причем именно в оптимистическую сторону, настроение тех, на кого она воздействует. Тем самым практически сразу удовлетворяются некоторые эмоциональные проблемы: у человека появляется ощущение безопасности, расслабленности, чувство защищенности и т. д. Такой человек начинает ощущать себя членом некой виртуальной общности «эмоционально-позитивных» людей, которым демонстрируется их право на выбор. Помимо такого общего позитивного эмоционально-регулирующего воздействия, упор обычно делается на самооценку.

Давно известно: очень часто нервничающие, чем-то взвинченные женщины обожают пробежаться по магазинам и прикупить что-нибудь из рекламировавшегося вчера по телевизору. Они уверяют, что это их успокаивает. Неуверенность в самооценке часто действительно снимается фактом приобретения массово рекламируемого товара. Естественно, что это активно и используется рекламой. Вспомним знаменитую рекламу косметики «Лореаль-Париж»: «Я этого достойна!».

[1] Advertising age. 1967. № 3. P. 3.

Но это верно и не только для женщин. В свое время в специальных исследованиях американские психологи установили: мощность мотора покупаемого мужчиной автомобиля примерно соответствует его представлениям о собственной сексуальной потенции. Хотя это представление о потенции далеко не всегда бывает верным. Чаще бывает как раз наоборот. И тогда сверхмощный пламенный автомотор оказывается всего лишь средством компенсации, преодоления той же самой неустойчивой самооценки, дефицита «внутреннего огня».

Наконец, после такой, в целом, все же подготовительной работы вступают в действие основные психологические механизмы действия рекламы на эмоциональную сферу человека. Здесь надо сразу оговориться: несмотря на то, что некоторые виды рекламы вроде бы внешне обращаются к разуму человека, используют метод убеждения, уговаривая его в преимуществах рекламируемого, на деле такое информационное воздействие реально оказывается лишь камуфляжем. Как справедливо писал еще Г. Лебон, «идеи не влияют на поведение, пока они не переведены на язык чувств» (Le Bon, 1899). О. А. Феофанов отмечал, что реклама «искусно использует весь спектр эмоционального воздействия, апеллируя к желанию человека быть здоровым и благополучным, к его тщеславию, стремлению сохранить или повысить свой социальный статус, т. е. ко всему, чем жив человек» (Феофанов, 1987).

Психологические механизмы рекламы

Главная конечная цель рекламного воздействия всем известна — вынудить массового покупателя совершить покупку. Анализ показывает, что для этого надо заразить его желанием совершить такую покупку, т. е. либо сформировать новую потребность, либо актуализировать старую, находившуюся по каким-то причинам в «дремлющем» (подавленном) состоянии. Потребность, как хорошо известно из классических трудов А. Н. Леонтьева[1], представляет собой опредмеченную нужду. Нужда — это дискомфорт, дисбаланс чего-то в организме. Это состояние, когда, по М. Е. Салтыкову-Щедрину, «чего-то хочется, но непонятно, чего: то ли конституции, то ли осетрины с хреном». Реклама помогает опредметить нужду, превратить ее в потребность, подсовывая некий мотив — потенциальный предмет удовлетворения потребности[2]. Ее задача и состоит в том, чтобы человек захотел именно осетрины, а никак не конституции — если, конечно, это коммерческая, а не политическая реклама: там все будет наоборот. Мотив, как предмет потребности, выполняет в человеческой психике две основных функции. Во-первых, это побудительная функция — реальное побуждение к действию, направленному на овладение предметом, удовлетворяющим возникшую потребность. Во-вторых, смыслообразующая функция. Именно наличие мотива при-

[1] Например, см.: *Леонтьев А.* Я. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975.

[2] Правда, американцы тщательно изучают и психологию так называемой «немотивированной покупки», которая осуществляется под влиянием случайных, как бы спонтанных импульсов. Такими импульса ми иногда могут быть привлекательность упаковки, необычный цвет товара, настроение покупателя, специально создаваемое особой обстановкой в магазине — музыкой, праздничностью и т. д. Однако «не мотивированные» покупки составляют все-таки абсолютное меньшинство в общем объеме продаж.

дает некоторый индивидуальный смысл деятельности человека по удовлетворению его потребностей.

Демонстрируя тот или иной мотив, реклама формирует или оживляет «дремлющую» потребность. Вначале она вызывает желание овладеть этим внезапно возникшим предметом потребности. Затем, опираясь на уже известные механизмы психологии масс, реклама использует внушение и заражение для побуждения людей к овладению предметом потребности. В итоге же она всячески стимулирует массовое подражание тому, о чем говорится и что демонстрируется в рекламе, а также тому, что уже делают другие люди, поддавшиеся воздействию данной рекламы (здесь реклама активно опирается на уже сформированную ей моду и использует особые приемы «стимулирования спроса»).

Возбуждение желаний

Как известно, люди предпочитают верить именно в то, во что им хотелось бы верить, а не в то, что им подсказывают доводы рассудка. Еще в 1925 году американский психолог Ф. Ланд убедительно показал, каковы взаимоотношения между представлением, желанием и реальностью. В результате использования многочисленных тестов, обследовав массу испытуемых, он пришел к выводу, что соотношение между представлением и реальностью составляет 42 %, между желанием и представлением — 88 % и между желанием и реальностью — всего лишь 3 %'.

Таким образом, представление всегда ближе к желанию, чем к реальности. Другими словами, человеку практически всегда свойственно выдавать желаемое за действительное. Специалисты в сфере рекламы быстро сделали из этого простой вывод: нет нужды прибегать к логике и доказательствам, когда речь идет о том, что бы хотела услышать аудитория. Элементарный пример возбуждения физиологического желания — современная реклама «Спрайта» со слоганом: «Не дай себе засохнуть!» («Имидж ничто, жажда — все!»). Еще один простой пример: «Пейте "Кока-колу"!» (разумеется, с учетом всей предыдущей «раскрученности» «Кока-колы», избавляющей рекламиста от необходимости разъяснять, в чем именно состоят ее достоинства).

Внушение

В начале века автор первой в отечественной литературе книги о внушении В. М. Бехтерев определял его как «искусственное прививание путем слова или другим какимлибо способом различных психических явлений, например настроения, внешнего впечатления, идеи или действия другому лицу при отвлечении его волевого внимания и сосредоточения»[2]. Именно на таком подходе и основано использование внушения в рекламе.

Внушение в рекламе осуществляется разными путями. Наиболее широко используются три вида внушения: во-первых, это внушение с помощью авторитетного источника информации (так называемый прием «свидетельств»); во-вторых, это вну-

[3] См.: *LandF.* Psychology of Images. N. Y, 1925.

[1] Цит. по: *Феофанов О. А.* Реклама: новые технологии в России. СПб, 2000. С. 155.

шение с помощью идентификации; в-третьих, внушение с помощью прямой вербальной суггестии через рекламный слоган.

Суггестия через «свидетельство» — это привлечение в рекламу знаменитостей, известных людей. Возможно, вы помните, как Алла Пугачева активно рекламировала обувь, которую будто бы сама моделировала, Лариса Долина — суперсредство для похудения, Андрей Кончаловский — витамины от старости и т. д.

Опыт показывает, что внушение «свидетельств» оправдано лишь в тех случаях, когда рекламирующая знаменитость имеет хоть какое-то отношение к объекту рекламы. «Осторожнее с использованием знаменитостей, свидетельствующих в пользу товара. Знаменитость запомнят, товар забудут, — давно предупреждал мастер рекламы Д. Огилви. — К тому же читатели склонны думать, что знаменитость купили (чаще всего, именно так оно и есть). Зато свидетельства экспертов, знатоков воспринимаются положительно (например, признание бывшего взломщика в том, что ему ни разу не удалось открыть сейф фирмы *Chabb)»*[1]. Значит, если бы хоккейный тренер А. Чернышев не чихал две недели на экране, рекламируя таблетки «Вике», а занялся рекламой хоккейных клюшек, эффект был бы куда выше. Это понятно: шаман, заклинающий дождь, выглядит гораздо убедительнее своего коллеги, проповедующего, скажем, политические идеи.

Суггестия через идентификацию — это обращение к вашей референтной группе и апелляция к тому «референтному» конформизму, о котором уже говорилось. Разбитные ребята, рекламирующие жвачку «Ригли спирминт», пока добиваются того, что с ними легко идентифицирует себя аналогичный молодняк. Но вряд ли кто-нибудь еще. Та же ситуация — с разбитной рэповой рекламой: «Пейджер, "Пепси", MTV — подключайся! Ксамым-самым!..».

На идентификацию с совершенно иной социально-демографической группой рассчитывала старушка-пенсионерка, уверяющая: «Живу спокойно я — бальзам "Московия"!». Примерно в том же ключе действовала реклама бальзама «Биттнер».

Наконец, *суггестия через слоган*[2]-, которая подчас бывает наиболее эффективной. Главный вопрос упирается, разумеется, в сам слоган. Существуют три группы достаточно известных слоганов.

В качестве *общих лозунгов фирм* из известных достаточно неплохо работают следующие: «И невозможное возможно!» (Моторола), «Лучшие вещи для лучшей жизни» (ДюПонт), «Радость в вашем доме» (Ровента), «Сделано с умом!» (Электролюкс), «Вы нажимаете кнопку, мы делаем все остальное» (Кодак), «Ты всегда думаешь о нас» (Тефаль), «Есть подлинные ценности!» (несмотря на хорошую рекламу, лопнувший Инкомбанк).

Среди *слоганов отдельных рекламных кампаний* можно выделить следующие: «Новые горизонты» (президентская избирательная кампания Дж. Кеннеди), «Голо-

[1] Там же. С. 130.

[2] Галльское слово *sluaghgairm (sluagh* — враг, *gairm* — призыв) когда-то давно обозначало боевой клич различных шотландских кланов в периоды боевых действий. В современном языке обычно различают 1) слоган как лозунг или мотто политической партии и 2) краткая, наиболее запоминающаяся фраза в рекламе. О. А. Феофанов, в свою очередь, предлагает разделять рекламные слоганы на три группы: 1) слоган фирмы, 2) слоган рекламной кампании, 3) слоган в предложении определенного товара или услуги.

суй или проиграешь!» (президентская избирательная кампания Б. Ельцина в 1996 г., а до этого — Б. Клинтона), «И деньги остаются в России!» (Ферейн), «Продли свою молодость!» (витамины Л. Поллинга).

Из *слоганов, прямо связанных с конкретными товарами,* оказались эффективными такие: «Не знаю кто, не знаю, как, а я болею за "Спартак"!», «Прекрасный пол — это не только женщины. Это еще и линолеум», «В них вы еще опаснее!» (колготки «Кобра»), «Райское наслаждение» (шоколадка «Баунти»), «И волки сыты, и "бабки" целы!» (пельмени «Три поросенка).

Заражение

И все-таки главный эффект рекламы обычно достигается через заражение. Она заражает как бы многократно: эмоционально — желанием; самооценочно — престижем; потребительски — утилитаризмом и т. д. Она заражает подсознательно не только желанием заиметь престижный и полезный товар, догнав соседей, у которых он уже есть. Реклама заражает не только эмоциями или ценностями, она заражает еще и потребительскими образцами поведения. Это и есть тот главный, стратегический эффект рекламы, через который она формирует «свою», собственную, особую массу людей — массу потребителей. В качестве заражающих персон могут использоваться и знаменитости, и эксперты, и так называемые «лидеры мнений». Однако наиболее эффективно в этой роли выступают сами потребители. В последние десятилетия наиболее частым персонажем в рекламе стал «маленький человек» — типа «тети Аси», которая все время приезжает куда-то с «Ассом», или Маргариты Павловны, так обожающей это чистящее средство «Комет», причем любящей его непременно «каждый день». «Человек из рекламы» должен быть похож на меня, потребителя. Тогда я начну ему подражать.

Обычно в рекламе психическое заражение осуществляется с помощью специального приема, называемого «бэнд-вагон» (от англ, *band-wagon* — фургон, грузовик с оркестром). Мало того, что обычный, массовый человек в душе конформист. Он еще крайне озабочен тем, чтобы застраховать себя от возможных ошибок, чтобы не попасть «впросак» и не остаться «в дураках». Привычный механизм защиты в таких случаях известен: делай, как все! — и тогда, по крайней мере, не в чем будет обвинять самого себя. Это и использует назойливая заражающая реклама. «Все уже купили такой-то товар! А чего ждете вы?» — этот заражающий вопрос, либо прямо, либо косвенно, присутствует почти в каждом рекламном сообщении. И, как правило, он достигает своей цели. «А действительно, чего это я жду?..» — задает себе вопрос потребитель, и стремглав бежит в магазин.

Заражение всегда является основным средством формирования массы. Внешне оно вполне может быть представлено как внушение или даже убеждение — суть от этого меняется мало. Внушить что-то, убедить в чем-то — для рекламы все это означает одно: заразить желанием совершить покупку, заразить массовым образцом потребительского поведения и, таким образом, приобщить человека к массе потребителей определенного рекламируемого продукта или, еще шире, к массе потребителей. Дело в том, что реклама разных фирм и товаров при всей своей жесточайшей конкуренции делает одно общее дело. Она приучает человека к рекламе вообще и формирует массу потребителей вообще. Сегодня они будут потребителями «Кока-колы»,

завтра — памперсов, послезавтра — чего-то еще. По большому счету, эти различия не имеют значения. Эти люди уже стали членами огромной массы потребителей рекламы и рекламируемых ей продуктов.

Это означает, что через средства рекламы вновь сработал главный механизм массовизации психики и поведения. Реклама смогла разбудить суггестивные механизмы самоорганизации психологии масс. В результате внутри миллионов людей проснулся первобытный «массовый человек» и, совсем немного посопротивлявшись своему индивидуальному «я», преклонился перед новым богом-вождем-шаманом — которого в этот раз называют рекламой. Он уже готов заразиться, а уж дальше ваше дело, господа-рекламисты, договариваться с ним, добиваться его благосклонности, совершенствовать свою рекламу, манипулировать с размерами объявлений, графикой, шрифтом, цветом и т. п. В большей или меньшей степени, он все равно готов заразиться ею и вступить на путь подражания. Он стал Потребителем давно, еще в пещере, когда тот же вождь выдавал ему кусок мяса, расхваливая именно данный кусок. Он вновь стал им в эпоху массового производства, когда на него обрушились первые потоки рекламы. Так что... куда он денется?

В среде российских рекламистов популярна такая шутка: «Половина людей не читает рекламы. Половина тех, кто ее читает, не обратит внимание на ваше объявление. Половина из тех, кто его заметит, не станет его читать. Половина из тех, кто его прочтет, не придаст ему значения. Половина из тех, кто придаст ему значение, не поверит объявлению. Наконец, половина из тех, кто поверит, не может считаться вашими покупателями — им ваши товары не нужны!». Точная, между прочим, шутка. Вполне отражает действительность и соответствует данным социологических опросов.

Эксперты еще лет двадцать назад приблизительно подсчитали, что ежедневно на каждого среднего американца обрушивается порядка 1500 рекламных предложений. Ознакомиться, хотя бы мельком, потратив 1-2 секунды, он успевает с 70-80. Соответственно, коэффициент полезного действия рекламы можно считать стремящимся к нулю. Однако... покупают же!

Подражание как итог

Подражание, как мы уже говорили, представляет собой прежде всего отказ от осуществления собственного выбора и принятия индивидуального решения. Собственно говоря, ни личный выбор, ни индивидуальное решение в повседневной жизни никому особенно не нужны. Не надо думать, что товарная масса все время радикально меняется, что ежедневно или хотя бы еженедельно на рынке появляются многочисленные новые товары. По данным американских исследований, товарный рынок весьма устойчив и консервативен: 90 % вроде бы новых изделий на деле являются всего лишь мелкой модификацией уже существующих, 20 % имеют лишь незначительные нововведения и только 10 % товаров — значительные.

Для рекламы важным является доказать, что старое — это, на самом деле, нечто новое. Вот здесь и начинаются рекламные трюки и тонкости — позиционирование, «уникальное торговое предложение», создание выгодных имиджей и т. д. Здесь реклама начинает бороться сама с собой. Создав массового потребителя, она теперь сама стремится рассеять эту массу. Рано или поздно реклама попадает в плен к самой себе.

Ей приходится непрерывно доказывать, что «лучшее — враг хорошего», что вчера купленное вами уже успело устареть, что новый автомобиль, который кое-чем, быть может, действительно лучше, уже враг старого, хотя и вполне работоспособного. Американцы грустно шутят: похоже, авто надо менять, как только пепельница водителя переполнилась окурками.

Парадокс массового человека заключается в его ригидности. Массу трудно сформировать, но еще сложнее бывает ее расформировать или реформировать. Обычно проблема как раз и состоит в том, что масса, возникшая на некой привычке к подражанию чему-то общему, бывает склонна упорствовать, до конца «цепляясь» за эту сформировавшуюся привычку.

Приведем только один пример. Идя навстречу посетителям специального магазина для дипломатического корпуса, советские власти в 1980-е годы установили в нем дополнительные кассы — чтобы не скапливались всем привычные и раздражающие очереди. Однако через день последовали протесты жен дипломатов. Они требовали убрать новые кассы и восстановить очереди. Оказалось, что разговоры между собой во время стояния в этих очередях были для них, оторванных от родственников в чужой стране, единственным способом познакомиться и пообщаться с себе подобными. Их лишили привычного общения — и они возмутились. Действительно, лучшее — враг хорошего.

Представьте себе только на минуту шамана, чуть ли не каждый день придумывающего для своих соплеменников все новые ритуальные танцы. И убеждающего, и внушающего, и заражающего тем, что именно они — самые лучшие. Меняющего каждый день свой тамтам на все более совершенный. Как вы думаете, долго ли станут терпеть соплеменники такого вот «учителя танцев»? А вождя, ежедневно меняющего тактику боевых действий? А бога, чуть ли не еженедельно диктующего все новые, более совершенные заповеди? Психология масс инертна, во многом традиционна и ритуальна. И не считаться с этим не может ни одно массовое социально-психологическое явление, в частности — реклама.

Подражание как базовый механизм массового поведения действительно подводит определенный итог всем усилиям рекламы. Создав массового потребителя, реклама должна вовремя остановиться и перестать непрерывно дразнить его все новыми товарами. В этом случае сформированная рекламой масса просто рассыплется, и потребитель в ужасе разбежится от такой рекламы. Собственно говоря, феномен своеобразного эскапизма в виде отторжения и отвержения непрерывно меняющейся рекламы на Западе давно известен. Наученные горьким опытом такого рода, там помнят, что, слово «мода» происходит от слова «мера», и эту меру реклама обязана соблюдать. Поэтому современная мировая реклама представляет собой достаточно консервативное поле, с уже устоявшимися правилами и законами поведения, в отличие, к сожалению, от отечественной рекламы, про которую точно сказал Б. Макдональдс, американский рекламист, работающий в России: «Российская реклама не пытается узнать, чего хочет потребитель. Ее интересует только то, что клиент хочет рассказать о себе»[1].

После того как реклама выполнила свои функции возбуждения желания, внушения и заражения, добившись массового подражания, необходимо остановиться и перейти на так называемую поддерживающую рекламу. Так можно сохранить потреби-

[1] Цит. по: *Феофанов О. А.* Реклама. С. 374.

теля — хотя, возможно, иногда и ценой некоторого снижения роста продаж. Это поняли производители и от рекламы отдельных товаров и услуг постепенно перешли к более длительным рекламным кампаниям целых товарных групп или даже просто фирм-производителей. Это приходится понять и рекламистам. Так они оказываются вынужденными открывать для себя новые сферы.

Политическая реклама

Существуют два принципиально разных подхода к политической рекламе. Оба они уже достаточно апробированы на практике, оба имеют свои признанные успехи и неудачи, свои «плюсы» и «минусы». Согласно одному из этих походов, политическая реклама — та же самая обычная реклама, только имеющая дело с не совсем обычным, живым товаром. Согласно другому бытующему подходу, это принципиально иное социально-психологическое явление.

Политическая реклама как вид коммерческой рекламы

Принцип подхода, ставящего в один ряд политическую и коммерческую рекламу, предельно прост: если можно продать костюм, то можно продать и политика, одетого в этот костюм. В конечном счете, политики — *это* тоже товар. Форма их продажи всем известна — это выборы. Как часто шутят некоторые рекламисты, самое главное условие успешной избирательной кампании состоит в том, чтобы отправить кандидата куда-нибудь подальше в отпуск на пару месяцев — вот тогда, без него, можно провести по-настоящему успешную кампанию. По определению О. А. Феофанова, политическая реклама — «это любая реклама как система методов психологического воздействия на массовые аудитории с целью управления их политическим поведением, нацеленная на изменение или закрепление тех или иных политических убеждений»[1]. При подобной логике автора честнее было бы прямо написать: «потребительских предпочтений».

Приведем еще одно определение, в котором практически полностью сливается разница между товарно-коммерческой и политической рекламой. Между прочим, в 1964 г. именно оно заняло первое место на проводившемся тогда специальном конкурсе определений, организованном очень известным и уважаемым в рекламном мире журналом[2]. Итак, процитируем: «Реклама — это печатное, рукописное, устное или графическое уведомление о лице, товаре, услугах или общественном движении, открыто исходящее от рекламодателя и оплаченное им с целью увеличения сбыта, расширения клиентуры, получения голосов или публичного одобрения». Сразу понятно, что само по себе «получение голосов» — это уже далеко не просто коммерция. Однако заметим, что разница между голосами и деньгами сведена к минимуму, если не совсем к нулю.

[1] Цит. по: *Феофанов О. А.* Реклама. С. 264.

[2] Конкурс проводился известным журналом «Advertising age». См.: Реклама за рубежом. М., 1977. С. 8.

Основоположник такого подхода, один из создателей политической рекламы в США Р. Ривз ясно писал: «Я представляю себе избирателя в будке для голосования, колеблющегося между двумя кандидатами, как покупателя, колеблющегося между двумя тюбиками зубной пасты в аптеке. Будет выбран тот сорт, который наилучшим образом запечатлелся в его памяти»[1].

Развивая данный подход, Р. Прайс, являвшийся спичрайтером президента США Р. Никсона, утверждал: «Важно не то, что проецирует кандидат, а то, что воспринимает избиратель. Нам надо изменять не человека, а воспринимаемое впечатление. А это впечатление зачастую зависит больше от средств массовой информации, чем от самого кандидата»[2].

Можно, наверное, исходить из такого подхода. Однако есть одно важное условие: для этого у вас уже должна быть сформирована потребительская масса, относящаяся к политике как к разновидности магазина или, на худой конец, аптеки. Тогда вам действительно не нужно тратить время и силы на формирование особой, политической массы, и вы просто надстроите «политическую рекламу» над той рекламой, которая столетиями формировала массу потребителей. В конечном счете, это зависит от уровня как общей, так и массовой и, особенно, политической культуры общества. В одних случаях оно позволяет применять к себе такие подходы, в других — не позволяет. Большой мастер данного подхода американец Дж. Клэппер, активно использовавший в одной из президентских избирательных кампаний описанный выше прием «бэндвагон», приводил слова «типичного избирателя»: «Мне было все равно, но я хотел голосовать за победителя».

Видный специалист по рекламе П. Мартино, возглавлявший много лет научно-исследовательский отдел газеты «Чикаго трибюн», прямо и жестко писал о подобном типе избирателя: «Выросший на интеллектуальной диете второсортных фильмов, комиксов и спортивной хроники средний американец»[3]. Ничего не поделаешь — приходится верить на слово специалисту. Значит, такой он и есть, типичный американский избиратель. Но это означает, в первую очередь, что в Америке хорошо работает элита и что плохих кандидатов в президенты, а тем более самих президентов практически никогда не бывает.

Один из крупнейших исследователей американской рекламы Дж. Рорти более полувека назад очень откровенно, если не сказать цинично, писал: «Реклама — это пропаганда, реклама — это образование, институты образования используют и используются рекламой и пропагандой. Можно ставить эти термины в любом порядке, каждый в отдельности, парами, тройками... В результате всегда получается, что невозможно расчленить этот феномен, и эти все три и каждый сам по себе или в любой комбинации являются институтами управления» (Rorty, 1934). Но из этого следует вывод: зачем огород городить, если все одно и то же, и слова можно менять местами, и в суть не углубляться?

На самом деле все бывает и несколько сложнее.

[1] Цит. по: *Феофанов О. А.* Реклама. С. 265.

[2] Там же. С. 299.

[3] Цит. по: *Ляпина Т. В.* Политическая реклама. Киев, 2000. С. 5.

PR как политическая реклама

Согласно второму подходу, дело обстоит ровным счетом наоборот. Электоральная масса, наверное, тоже может быть представлена как масса потребительская. Однако это потребитель совсем иного рода. Обычно им движут иные потребности и эмоции.

Как правило, политическая масса — это самоиндуцирующаяся масса, — хотя она всегда испытывает и значительные воздействия извне. Функционирование политической массы никак не может сводиться только и исключительно к деятельности потребления, оно включает намного более сложные цели и слагаемые.

Как мы уже убедились, для того чтобы успешно функционировало производство, нужна торговля. Чтобы функционировала торговля, нужен потребитель. Эту особую, потребительскую массу и создает реклама — прямой посредник между производством, торговлей и потреблением. Выполняя эту функцию, она и создает специфическую, потребительскую массу, движимую, что бы кто ни говорил, прежде всего потребительскими нуждами и непосредственно связанными с ними эмоциями.

В политике действует иная логика. Помимо потребительских (утилитарных, престижных и т. д.), у людей существуют и совсем иные потребности, которые охватывают значительные общности людей и которые могут быть удовлетворены не потребительскими, а только политическими средствами. Если значительная масса людей всерьез не удовлетворена сложившимся в обществе распределением власти и ресурсов, то ее вряд ли уговоришь выбирать между «Сникерсом» и «Баунти». Она будет требовать чего-то совсем другого, и ее не уговоришь «колебаться» в аптекарской будке между тюбиками «Поморина» и «Аква-фреш». В следующей главе мы специально рассмотрим психологические механизмы формирования массовых общественных и политических движений и увидим, что в политику людей ведет, как правило, не просто непотребительское, а подчас, наоборот, антипотребительское поведение.

Политические массы обычно возникают на основе определенных массовых социальных и чисто политических потребностей, а также соответствующих им эмоций. Как правило, они развиваются самопроизвольно либо, реже, специально создаются лидерами (вождями), политическими группами и организациями, партиями и массовыми движениями. Во всех этих случаях, за исключением первого, обычной технологией формирования политической массы является технология *public relations (PR*),* что обычно переводится как «связи с общественностью».

Не будем брать в расчет банальную партийную идеологическую пропаганду — в свое время о ней уже было написано более чем достаточно[1]. Рассмотрим внимательнее, что же представляет собой как собственно *PR,* так и Рй-воздействие. Проблема заключается в том, что по различным причинам в предельно некомпетентной отечественной практике последних лет само *понятие public relations* оказалось практически отождествленным, слитым с понятием рекламы. Выражения «отпиарить» кого-то или что-то стали уничижительным синонимом понятия «отрекламировать», «раскрутить» и т. д. Появились «серый», а затем и «черный» пи-ар. Так достаточно быстро

---

[1] Среди лучших работ на эту тему, например, см.: *Войтпасик Л.* Психология политической пропаганды. М., 1981; *Клаус Г.* Сила слова. М, 1967; *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием. М., 1980, и др.

было дискредитировано само понятие. На самом же деле оно означает нечто совсем иное.

Институт *PR,* созданный в Великобритании еще в феврале 1948 года, принял такое базовое определение: *«PR* — это планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью».

Специалист по *PR* в западных странах обычно выступает в роли советника руководителя и в качестве посредника, помогающего ему перевести личные цели и задачи в разумную, приемлемую для общественности политику. Цель *PR* — установление двустороннего отношения для выявления общих представлений или общих интересов и достижение взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности. В *PR* как таковом совершенно нет ничего таинственного. Это абсолютно неотъемлемая часть сколько-нибудь эффективного управления практически любой организованной формой человеческой деятельности. Однако навыки *PR* требуют подготовки и опыта, здравого смысла и умения применять теорию на практике. Один из мастеров *PR,* кавалер ордена Британской империи, профессор многих университетов и экс-президент Международной ассоциации *PR,* писал: *«PR* во многом напоминает игру в шахматы: 10 % интуиции, 25 % опыта и 65 % упорного труда»[1].

Теперь — совсем немного лирики. В 1903 г. молодой репортер Айви Л. Ли стал личным советником семьи Рокфеллеров. Тогда ему удалось, казалось бы, невозможное: в общественном сознании Джон Д. Рокфеллер-старший из скряги-капиталиста превратился в доброго старичка, раздающего гостинцы детям и тратящего миллионы на благотворительность. Айви Л. Ли стал *легендой public relations.*

Сам термин *public relations* («взаимоотношения с общественностью») впервые был использован в 1807 г. третьим президентом США Т. Джефферсоном. Автор Декларации независимости США считал, что без целенаправленного конструирования отношений с общественностью демократия немыслима.

Перу Айви Л. Ли принадлежит знаменитая «Декларация о принципах», в которой, в частности, было вполне определенно сказано: «Наша служба — это не секретное пресс-бюро. Вся работа делается в открытую. Наши материалы точны. По любому из освещаемых вопросов можно получить дополнительную информацию. Мы с радостью поможем любой газете проверить достоверность каждого приведенного нами факта. Наша цель — откровенно и открыто от имени деловых кругов и общественных институтов предоставлять гражданам страны своевременную и точную информацию по актуальным вопросам».

ОсноъариЬНс relations — свято соблюдаемый принцип взаимной выгоды. Для общественности это уважение свободы выбора человека, защита границ его физической и психологической «комфортной зоны» (в отличие от назойливой рекламы). Каждый гражданин имеет право на получение полной и исчерпывающей информации о деятельности той или иной фирмы или государственного института. Для организации *public relations* это превентивная подача точной информации о своей деятельности, помогающая создать свой имидж, сформировать позитивное общественное мнение.

[1] Подробнее см.: *Блэк С.* Public Relations. Что это такое? М., 1990.

Политик как специалист по *PR*

Если цель рекламы — формирование страждущей, желающей совершить покупку потребительской массы — «несобранной толпы», то цели *PR* совершенно иные. Они сводятся к формированию совсем иной массы — «собранной» и, отчасти, «несобранной публики», достаточно хорошо информированной о целях, задачах и способах действия некоторой организации, совершенно «прозрачной» для них и потому вызывающей благожелательное к себе отношение. Может ли такая «публика» в политике иной раз становиться толпой? Конечно, — об этом мы говорили в первой части книги, рассматривая разные виды массы. Но если в рекламе это обычно «стяжательская» толпа, то в политике — совсем иная.

Разумеется, иногда *PR* может включать отдельные психологические элементы рекламы, но никогда не может сводиться к ней. Вот почему именно *public relations* в наибольшей степени соответствует тому, что называется политической рекламой. Кстати, понимание этого делает достаточно нелепым и сочетание слов «политическая реклама» — просто так уж сложилось исторически. Там, на Западе, оно кому-то показалось более благозвучным, чем всем надоевшая пропаганда. У нас же, по тем же самым причинам, оно появилось с легкой руки великого западника М. С. Горбачева. Еще в июле 1989 года на совещании в ЦК КПСС он вдруг заявил: «Партийные организации должны быть готовы к тому, чтобы уметь вести в самых различных, я бы сказал, даже уникальных условиях работу с населением». Однако дальше он стал рекомендовать несколько странные «формы и методы» такой работы: «программное обеспечение избирательных кампаний, соответствующая идеологическая работа, включающая пропаганду и политическое рекламирование кандидатов...». Все-таки, согласимся, что это три совершенно разные вещи: идеологическая работа, пропаганда и рекламирование кандидатов.

По мнению наиболее авторитетных отечественных политологов, успех в избирательной кампании обычно определяется следующими основными компонентами, распределяющимися по значимости следующим образом: 1) личные качества самого кандидата; 2) политический ландшафт — соотношение политических сил; 3) «дух времени» — определенная конфигурация сложившихся на данный момент массовых настроений; 4) финансовые ресурсы; 5) профессионализм команды кандидата. На этом и должен строиться грамотный *PR* — причем прежде всего на самом лидере.

Не без оснований считающийся главным европейским «делателем президентов» француз Ж. Сигела, когда его спросили, в чем главный секрет успешной работы с кандидатом, скромно ответил: «Главное, это удачно выбрать именно того кандидата, который потом сумеет победить». За внешней простотой такого ответа стояла очень глубокая мысль. Возможности имиджмейкера и рекламиста в политике достаточно ограничены. При отсутствии политика, реально не обладающего хотя бы некоторыми харизматическими чертами, никакая рекламная «обслуга» ничего особенного сделать просто не может. Лидер, вождь — ключевая фигура в формировании массы избирателей. Здесь он — главный шаман и главный суггестор.

Если политик не обладает харизматическими и, в первую очередь, суггестивными качествами, если он плохо умеет убеждать словами, не может внушать любовь, не способен заражать чувствами и действиями — значит, он едва ли сможет и сформировать психологическую массу своих приверженцев. Значит, он просто не политик.

Основные выводы

1. С социально-психологической точки зрения, реклама — это особый механизм фор мирования значительных масс потребителей, эмоционально зараженных желани ем овладеть чем-то, выступающим в качестве рекламируемого объекта. В отличие от большинства других данный подход ставит во главу угла основную функцию рекламы и позволяет детально анализировать психологию ее воздействия на мас сы.
2. Исторически реклама — производное от развития массового производства, кото рое требовало массового потребления производимого. В свою очередь, это требо вало формирования массовых стандартов потребления. Соответственно, реклама развивалась как эффективное средство формирования массовых потребностей, массового потребителя и потребительских масс в целом. На это направлены ее ос новные функции: извещать, заражать, убеждать, внушать и напоминать.
3. Люди поддаются влиянию рекламы тогда, когда осознанно или неосознанно го товы поддаться такому влиянию. Базовые потребности в конформизме, в иден тификации себя с большой общностью, основанные на надежде отрегулировать таким образом свои эмоциональные проблемы — платформа такой готовности. Собственно психологический механизм воздействия рекламы складывается из возбуждения желания через внушение такого желания и заражение им. В резуль тате возникает массовое подражание, на котором и основано потребление стандар тных, массово производимых товаров и услуг.
4. Наряду с коммерческой рекламой товаров и услуг важную роль в общественной жизни играет политическая реклама. На практике сосуществуют, хотя и конку рируют между собой, два подхода к политической рекламе. Один трактует ее как всего лишь разновидность обычной рекламы, имеющую дело не с обычным, а с «живым» товаром. Другой подход относится к политической рекламе как к самостоятельному социально-психологическому явлению, связанному с воздей ствием на общественность в рамках *public relations.* Если цель обычной рекламы товаров и услуг заключается в формировании потребительской массы типа обу реваемой желаниями, стяжательской толпы, то цель *PR* — формирование психо логически иной массы, типа собранной публики. Опыт показывает, что в зависи мости от ситуации оба подхода могут быть достаточно эффективны. Максималь ный политический эффект достигается при их гармоничном сочетании.
5. Наиболее эффективным рекламистом и специалистом по РЯ-воздействию в по литике реально оказывается сам политический лидер. Именно он, используя ме ханизмы межличностной суггестии, заражения, внушения и убеждения, оказыва ется ключевой фигурой в формировании особой, политической массы своих сто ронников. Все остальные, собственно рекламные инструменты, как и средства массовой коммуникации, в политике оказываются хотя и полезными, но всего лишь вспомогательными, дополнительными механизмами.

Глава 3.6

Психология политических партий и массовых движений

***Психология** массовых движений, Ш Политические партии*

Общественно-политические движения и их особые, институционализированные формы, каковыми являются политические партии, представляют собой массовые социально-психологические феномены особого рода. В самом общем виде это определенные, обычно (в развитых формах) достаточно массовые общности людей. Причем это общности, возникающие на основе прежде всего функциональных психологических характеристик. Еще Я. Щепаньский писал: «Социальным движением мы называем совместное стремление людей к реализации общей цели». Именно это стремление, в итоге, и формируют массу участников того или иного движения. Таким образом, «термин «социальное движение» мы сохраняем для обозначения... совместных стремлений и действий, совершаемых более или менее организованно для достижения определенного положения вещей, изменяющего социальную ситуацию участников движения» (Щепаньский, 1969).

Как правило, социально-психологическая проблематика политических партий, социальных и политических движений рассматривается исследователями как единое, пусть отчасти различающееся в деталях, но взаимосвязанное целое. Наиболее общее, первичное понятие — социальное движение. Политизируясь, такое движение становится социально-политическим или даже чисто политическим. Институционализируясь, со временем оно может превращаться в политическую партию.

В конечном счете, с психологической точки зрения все начинается достаточно просто. Еще Г. Тард писал: «Новая партия всегда состоит из группы людей, которые одни за другими или одни по примеру других приняли идею или решение противоположное тому, которое царило до сих пор в их среде и которым они были прежде проникнуты. ...По мере распространения этот новый догматизм делается все сильнее и становится более нетолерантным и возбуждает против себя коалицию из тех, которые остались верными традициям, сделали противоположный выбор» (Тард, 1901). Итак, все начинается с группы чем-то недовольных («озабоченных») людей, с некоторого движения этих людей от того, что раньше представлялось вполне удовлетво-

рительным и особенно не заботило их. Они принимают некую новую идею, а по мере ее укрепления и распространения становятся ее рабами-догматиками. По мере же появления оппонентов и противников они теснее сплачиваются и образуют партию. Как известно, слово «партия» этимологически означает некую «часть» чего-то. Движение, как уже сказано, означает массу совместных стремлений. Значит, из более широкого движения таких стремлений и выделяется, институционализируясь, его часть - партия.

Откровенно политизируя проблему, Е. Вятр вслед за Я. Щепаньским писал: «Под политическим движением я понимаю такие общественные силы, которые пытаются изменить существующие условия или закрепить их путем оказания влияния на правительства либо же путем борьбы за власть. Таким образом, политическое движение является особой формой общественного движения... Характерной чертой, отличающей политическое движение от всех других общественных течений, является то, что оно пользуется политическими средствами, т. е. борется за власть или за влияние на способ осуществления этой власти. Политическая же партия является таким политическим движением, которое 1) имеет высокую степень организации и 2) стремится к реализации своих целей путем борьбы за власть или за ее осуществление и программно не ограничивается лишь оказанием воздействия на способ осуществления власти». Исходя из такой общей логики, рассмотрим вначале социальную психологию массовых движений, а уже потом их части — партии. Изучение партий на более широком фоне движений имеет то преимущество, что позволяет выявить как общие, так и специфические черты политических партий. «Ибо, если... движения существовали так давно, как помнит себя человечество, то партии представляют собой новое явление, выросшее из политической действительности XIX и XX веков» (Вятр, 1979).

Психология массовых движений

Французский социальный психолог П. Мокор писал: «Психология социальных движений пытается установить, в какой степени индивидуальные убеждения и установки, общественное мнение, спонтанно проявляющиеся или спровоцированные системами убеждения, которые различным образом комбинируются в социальной жизни, влияют на становление общностей» (Maucorps, 1950).

Будем понимать под массовым движением устойчивую широкую общность людей, осознающих социальную проблему, возникшую перед определенным обще ственным классом, группой, социальным слоем или обществом в целом, разделяющих единые взгляды на характер и пути решения этой проблемы и вполне добровольно объединяющихся для определенных действий ради внесения в жизнь общества соот ветствующих изменений[1]. Движения обычно оцениваются конкретно — прежде все го, в соответствии с ролью, которую они играют в данном обществе. Соответственно, в расчет принимается социальная специфика движения: в каком именно сегменте об щества оно развивается, чьи интересы оно выражает или отражает (что не всегда озна чает одно и то же).

----

[1] См.: Основы социальной психологии и пропаганды. М, 1984. С. 287.

С внешней точки зрения, любое движение характеризуется четырьмя основными моментами: 1) социальной базой; 2) целями движения и основной сферой приложения усилий; 3) степенью организованности; 4) направленностью идеологии.

Социальная база — это та многочисленная группа (социальный слой, класс) или масса, на которую опирается данное движение. Она определяется разными признаками; кроме чисто социальных, существуют объединения на основе пола, возраста, национальности, профессии вероисповедания и т. д.

Цели и усилия движения могут быть не только политическими, но и чисто профессиональными, культурными, духовными, экологическими и т. д. Они могут быть даже половыми (типа движений за эмансипацию женщин, за права сексуальных меньшинств), демографическими (движения пенсионеров, молодежи) или почти любыми иными. Однако в целом они всегда носят социальный характер, так как главной целью для них всегда является увеличение числа членов и расширение человеческой сферы приложения сил.

По *степени организованности* движение может быть спонтанным или создаваемым. Новые члены могут вовлекаться в движение стихийно или отбираться целенаправленно. У движения могут присутствовать или отсутствовать организационные нормы и принципы построения, руководства и т. п. Таким образом, массовое движение, как и любая масса, может быть либо естественным, либо же искусственным.

Под *направленностью идеологии* принято понимать определенный уровень как рациональных, теоретических представлений, так и эмоциональной увлеченности целями движения.

С внутренней точки зрения, практически любое движение также характеризуется: 1) идеологией; 2) организацией; 3) социальной психологией. При всей любопытности прочих аспектов нас будет интересовать прежде всего социальная психология движения, поскольку именно она лежит в основе организации, а в опосредованном виде является основой и идеологии[1].

Организация всегда отражает природу движения. Понятно, что в случае «естественных» движений об организации можно говорить лишь достаточно условно: обычно они самоорганизуемы, причем самоорганизация таких движений носит го стихийный, мало управляемый характер. В случае «искусственных» движений уровень организации всегда выше, однако и здесь он не должен слишком превышать некоторые естественные пределы — иначе движение превратится в организацию. Например, излишне заорганизованное партизанское движение очень быстро перестает быть собственно движением, превращаясь в ополчение или даже в придаток армии, после чего утрачивает свои именно «движенческие» функции, отличия и преимущества. Известен жесткий закон: уровень организации всегда обратно пропорционален степени массовости движения.

Идеология любого движения выражает социальную психологию эпохи или общности, их потребности и проблемы. Социальные движения — это один из непосредственных механизмов реализации потребностей, разрешения проблем. Их идеологии всегда конкретны, обычно не слишком оформлены и недостаточно рационализированы (в отличие, скажем, от партийных идеологий, всегда носящих программно-теоретический характер). В большинстве случаев они носят эмоциональный характер. Если

[1] Об этом см.: *Ольшанский Д. В.* Основы политической психологии. М., 2001.

в самом полном виде идеология включает нормы, ценности и образцы поведения, то массовые движения обычно ограничиваются двумя последними компонентами — массы не любят, когда их «нормируют».

Социальная психология движений — это эмпирическое отражение условий повседневной жизни и основных проблем в психике, реально сплотившее людей в особую массу членов данного движения. Ее стержнем является эмоционально яркая, увлекающая основная проблема, под влиянием которой или для разрешения которой люди, подчас независимо от их воли, вовлекаются в движение. Проблема может выступать как в обобщенном виде («Так жить нельзя!» или «Сохраним планету зеленой!»), так и в конкретных формах («Свободу Юрию Деточкину!»). Вокруг такой центральной проблемы группируются соответствующие чувства и настроения людей, не носящие систематизированного характера. Социальная психология движения включает широкое разнообразие индивидуальных и групповых психологических условий, в которых зарождается движение, однако к моменту появления движения как такового все это разнообразие оказывается подчиненным основной, массообразующей, заражающей и увлекающей, эмоционально подчиняющей проблеме. Это та самая проблема, которая доставляет беспокойство значительному количеству людей.

Истоки возникновения движения

Обобщая мировой опыт, польский социолог Я. Щепаньский писал, что «...механизм возникновения социальных движений обычно таков: если в каком-нибудь обществе какая-то часть людей не может удовлетворить свои экономические, культурные, политические или другие потребности — безразлично, по каким причинам и чем вызвано такое положение вещей (это могут быть изменения, обусловленные техническим или экономическим развитием или культурной диффузией), — тогда неудовлетворенные потребности вызывают недовольство, фрустрацию, переключение психической энергии, мобилизованной для достижения средств удовлетворения потребностей, на борьбу против действительных или воображаемых препятствий, короче, возникает состояние эмоционального напряжения, психического беспокойства, которое благодаря контактам, взаимопониманию, осознанию большинством людей общности своего положения превращается в состояние социального беспокойства». Социальное беспокойство проявляется в поисках контактов, в дискуссиях и разговорах в неформальных кругах, в поисках разрешения ситуации, признанной невыносимой, в размышлениях по поводу действительных или надуманных вопросов относительно сложившегося положения вещей и т. д. Состояние беспокойства может охватывать большие или меньшие общности, может касаться лишь некоторых профессиональных категорий, может затрагивать значительные социальные слои или территориальные общности. «Состояние беспокойства — это исходный пункт развития социальных движений» (Щепаньский, 1969). В зависимости от того, какие потребности не удовлетворены, какие группы, круги, слои или массы охвачены беспокойством, развиваются различные социальные движения. Когда члены какой-либо общности начинают собственными силами искать средства удовлетворения потребностей и разрешения ситуации, которая вызывает их беспокойство, возникают определенные массовые движения.

Таким образом, с социологической точки зрения, для появления движения необходимо наличие крупной социальной проблемы или же кризис прежней социально-

политической системы в целом, а также наличие в обществе сил, обладающих определенной уверенностью в возможности решения этой проблемы, своей способностью к этому и чувством социального оптимизма. Тогда и возникает достаточно устойчивая психологическая общность людей, ощущающих или даже осознающих социальную проблему, стоящую перед теми или иными социальными группами и слоями, перед обществом в целом, разделяющих более или менее близкие взгляды на характер и пути решения этой проблемы и добровольно желанию объединяющихся для некоторых действий ради внесения в жизнь общества соответствующих социальных изменений.

Первым условием возникновения любого движения считается *появление проблемной ситуации.* Ее вызывает любое социальное противоречие, которое необходимо решить или обществу в целом, или конкретным социальным силам. Однако объективная проблемная ситуация должна так преломиться в психике людей, чтобы побудить их к своему решению. Это означает, что люди должны воспринимать ситуацию как потенциально решаемую. От ощущения неразрешимости опускаются руки, возникает позиция стороннего наблюдателя, а не участника движения.

Вторым условием возникновения движения является *чувство социального оптимизма,* эмоциональная уверенность в том, что они могут решить данную проблему.

Третье условие — *готовность к личному участию.* Это следствие эмоционально захватывающего переживания проблемной ситуации — желание самому участвовать в ее разрешении. Здесь многое зависит от лидеров, да и движения в целом. И лидеры, и разрастающееся движение должны самим фактом своего существования, своей энергетикой внушать людям ощущение того, что именно «здесь и сейчас» выражаются их потребности, интересы и цели, что именно здесь найдены самые эффективные способы действий для осуществления всех необходимых изменений, для разрешения всех существующих проблем. Люди должны быть эмоционально убеждены в том, что данное движение эффективно, действенно, заслуживает того, чтобы отдать ему свою энергию, усилия, свою преданность. Другими словами, движение должно быть притягательным и убедительным.

Путь индивида к вступлению в массовое движение бывает достаточно сложен - индивидуальному сознанию приходится пройти несколько этапов, прежде чем человек «дозреет» до личного вступления в движение. На каждом этапе возможен отход некой части людей, ослабление эмоционального накала движения. Массовым движение редко становится автоматически — это не толпа, а скорее «собранная публика», для собирания и удержания которой необходимы специальные усилия. Вот почему обычно массовые движения подразделяются на стихийные (краткосрочные, локальные, типа толпы) и полустихийные, самоорганизующиеся — долгосрочные, более масштабные, типа «собранной публики».

Социально-психологические функции движения

Принято считать, что почти любое массовое общественное движение осуществляет по отношению к потребностям людей, как минимум, три основные социально-психологические функции. Во-первых., это *познавательная функция:* участвуя в любом социальном движении, люди обычно получают новую для себя социально-политическую картину мира и соответствующую ей информацию.

Во-вторых, *инструментальная функция:* в движении люди обычно быстро овладевают новыми для себя способами активного влияния на текущую социально-политическую жизнь, овладевают новыми поведенческими навыками.

В-третьих, *идеологическая функция:* взамен прежних, старых и уже утраченных иллюзий (например, «коммунистической идеи») в движении они обычно обретают новые верования и убеждения (например, взгляды общедемократического толка).

Помимо этого существует и ряд иных функций, носящих более индивидуально-психологический характер. Эти функции сводятся к содействию в реализации целого ряда существенных человеческих потребностей. Среди них особенно выделяется потребность в регуляции собственных эмоциональных состояний — участие в массовом движении дает возможность как для взвинчивания, нагнетания эмоций, так и для их ослабления через разделение с другими людьми. Как правило, молодежь идет в массовые движения преимущественно за первым, люди зрелого возраста — прежде всего за вторым. Отметим также свойственные человеку потребности в идентификации себя с большой общностью, в поиске смысла социального бытия (как и жизни вообще), в самореализации и т. д. Все они, в большей или меньшей степени, вносят свой вклад в сложный мотивационный комплекс, влияющий на вступление человека в движение и участие в нем.

Мотивы участия в движении

Движение должно выполнять названные выше основные социально-психологические функции в самом общем виде. Конкретно же каждого человека привлекает в разные движения что-то свое, предельно специфическое. Известны четыре основных группы психологических мотивов, привлекающих людей в массовые движения.

1. *Эмоционально-аффективная мотивация.* Цель таких людей проста, понятна и вполне очевидна —эмоциональное соучастие в тех акциях и действиях, которые устраивает движение. Их привлекают яркие лозунги, видные лидеры, массовые митинги и демонстрации. Они готовы даже к тому, чтобы эмоционально разделять проблемы движения, переживать основную для него проблемную ситуацию. Устав от обедненной в эмоциональном плане «текучки» повседневной жизни, эти люди стремятся в движение, чтобы компенсировать эмоциональный дефицит. Обычно именно они составляют большинство практически в любом движении, делают его реально массовым. Однако «общественным» или, тем более, «политическим» делают его уже не они. Эти люди никогда не будут учить уставы и изучать программы движений. Они, скорее, пойдут, будучи сильно эмоционально увлеченными и вовлеченными, на баррикады, чем сядут за парты в сети политпросвета. Помните В. И. Чапаева в изображении Д. И. Фурманова? Он никак не мог выучить номер нужного Интернационала, однако отдал жизнь за революцию — потому что «любил ее очень». Для таких людей смысл участия в движении — удовлетворение той самая основной массообразующей потребности, которая и стягивает людей в значительные общности: это потребность в регуляции собственных эмоциональных проблем.
2. *Ценностно-рациональная мотивация.* Она включает не столько эмоциональный, сколько осознанный, рациональный выбор именно тех ценностей и высоких иде-

алов, достижением которых занято данное конкретное движение. Это подразумевает достаточную степень знакомства человека с программами движения, с его идеологией и, на основе такого знакомства, предпочтение именно его всем другим. В таких случаях сама цель данного движения признается желательной, справедливой, необходимой. Как правило, люди, руководствующиеся такой мотивацией, образуют меньшинство, но это и есть «правящее меньшинство», основной костяк данного движения. Как мы увидим дальше, это и есть «актив», те самые «партийцы», «твердые искровцы», которые обычно как раз и способствуют институционализации движений в партии. Среди ценностно-рациональных мотивов выделяют политические, этические, религиозные и др.

3. *Традиционные цели.* Достаточно часто люди идут в движение потому, например, что их родители, родственники, друзья и знакомые участвуют или когда-то участвовали в этом или близком ему движении. Люди часто голосуют за кандидатов такого движения на выборах, потому что так всегда было принято голосовать в их семье, в их округе, среди их знакомых. Прочная традиция постоянно голосовать за левые силы, например, существует в так называемом «красном поясе» Парижа, в районах, примыкающих к французской столице. Это совершенно особая, традиционная разновидность массы, существующая как бы по законам социально-психологической инерции.
4. *Рационально-преднамеренная мотивация.* Она обычно сводится к тем сугубо конкретным, обычно личным выгодам, которые может обрести человек, вступив в движение. Это «шкурная» мотивация. Исходя из нее, в свое время очень многие люди вступали в бывшую КПСС, исходя из нее же, потом спешили «переписаться» в демократы. Так, в ситуациях, подобных послеавгустовской (1991 г.) в России, на глазах многократно возрастало число «героев», желающих получить хоть какое-нибудь вознаграждение со стороны победителей. Понятно, что данная мотивация очень редко откровенно признается со стороны увлеченных ей людей — обычно она или глубоко скрыта или даже рационализирована под ценностно-рациональную мотивацию, причем иногда неосознанно для самих людей.

Следует разделять мотивы вступления в движение и мотивы участия в нем. Так, для значительного числа людей, вступающих в массовое революционное движение, непосредственным побудительным толчком для присоединения могут стать и часто становятся эмоции и чувства — переживания гнета и несправедливости, солидарность с противниками угнетателей, восхищение мужеством и героизмом бойцов и т. п. Однако само политическое движение, включая людей в себя, не ограничивается и не удовлетворяется таким, исключительно эмоциональным уровнем их решения. Задачей любого движения является внедрение своей идеологии в сознание как своих членов, так и широких масс. Движения стремятся к тому, чтобы сделать своих членов сознательными участниками, действующими не только под влиянием чувств.

В конечном счете мотивы людей многообразны. Главное отличие движения от партии состоит в определенной свободе проявления этих мотивов — прежде всего в свободе членства, в отсутствии «демократического централизма», «железной дисциплины», заявлений, рекомендаций и учетных карточек в картотеке райкома. Вступить в массовое общественное движение может практически любой человек — для этого достаточно его личного желания. Дальше же возникает множество вопросов для са-

мого движения и его руководства. Основные среди них следующие. Каким будет большинство членов движения? Не захлестнет ли движение исключительно эмоционально-аффективная или традиционная мотивация, особенно распространенные среди легко увлекающейся молодежи? Не уведет ли это большинство в сторону от тех целей и идеалов, ради которых и создавалось движение? Вот тогда, не имея возможности контролировать разрастающиеся, действительно массовые и потому самоуправляемые движения, руководители и создают партии.

Условия и этапы развития движений

Однажды возникнув, всякое массовое общественное движение характеризуется несколькими базовыми признаками, позволяющими оценить его настоящее и будущее. Как уже говорилось, к числу таких признаков относятся:

- его роль в данном обществе;
- реальная и потенциальная социальная база;

И набор целей и идеалов;

я сфера приложения основных усилий; •

степень организованности движения;

- его социальная сущность (знаменитый вопрос: «Кому это выгодно?»);
- глубина требуемых этим движением социальных изменений.

Однако главными всегда являются вопросы о принципиальном характере движения и о глубине требуемых им преобразований, которые, естественно, прямо связаны с самым важным опросом — об избираемом способе социальных преобразований. Революционное или реформистское это движение? В современной практике это главный вопрос.

Е. Вятр, исследуя исключительно политические движения, предлагал разделять их на консервативные, реформаторские, революционные и контрреволюционные движения. «Первые стремятся сохранить существующий порядок вещей, допуская лишь минимальные и абсолютно необходимые изменения; они выступают как против попыток уничтожения строя, так и против его последовательного преобразования». Реформаторские движения, «хотя и стоят на позициях сохранения существующего строя и выступают против попыток его свержения, однако стремятся в большей или меньшей степени реформировать его». Революционные движения в принципе «отвергают существующий строй и стремятся заменить его другим». Наконец, контрреволюционные движения, «направленные против какого-либо строя, формировавшегося в результате победы революционных или реформаторских движений, стремятся заменить его прежним строем» (Вятр, 1979).

В общем виде, по Вятру, политические движения проходят пять основных стадий в своем развитии.

1. *Создание предпосылок движения.* Сначала возникает неудовлетворенность существующим положением или потребность в действиях ради упрочения существующего положения перед лицом реальной или мнимой угрозы, затем устанавливаются неформальные контакты между людьми, сеть таких контактов становится базой движения, после чего происходит выработка первых мнений о необходимо-

сти движения. «Этот механизм характерен для движений, возникающих спонтанно, снизу. Иначе создаются политические движения, инициаторами которых являются какие-либо центры политической или экономической власти. В этом случае предпосылки будущего движения создаются сверху, путем пропагандистского воздействия и рекрутирования сторонников».

2. *Артикуляция стремлений.* На этой стадии разрозненные и индивидуальные стремления приобретают интегрированную форму, вырабатываются программы, выступают лидеры, формулируются цели и задачи. «Артикуляция общих стрем лений является обязательной стадией развития каждого политического движе ния».
3. *Агитация.* Задача этой стадии — привлечение новых участников и сторонников, всемерное укрепление позиций движения в обществе и его «массовизация».
4. *Развитая политическая деятельность.* Усилия концентрируются на попытках проведения в жизнь программы движения путем борьбы за власть или оказания влияния на правительство. Внешне именно эта стадия и «является подлинной историей крупных политических движений».
5. *Затухание политического движения.* Эта стадия связана с достижением целей или признанием их неосуществимыми. Подчас некоторым движениям удается отда лить эту фазу, если они меняют облик и форму, выдвигают новые задачи, привле кают новых сторонников. Например, осуществление требования отмены рабовла дения, сыгравшее значительную роль в создании республиканской партии США в середине XIX века, не помешало этой партии сохранить позиции в политичес кой жизни страны благодаря переориентации на новые задачи и новую полити ческую клиентуру.

Так выглядит, в целом, достаточно обобщенная картина развития массовых политических движений. Конкретный анализ, однако, дает возможность рассмотреть основные виды массовых движений более подробно.

Революционные движения — это движения, направленные не на частичное изменение существующего положения вещей, а на его принципиальное изменение путем ниспровержения силой. Поэтому оно всегда обладает большой социальной силой и энергетикой, захватывающей и вовлекающей в себя значительные массы людей.

По мнению Я. Щепаньского, для развития революционного массового движения обычно необходимо, чтобы недовольство и состояние беспокойства охватило очень широкие массы, затронуло существенные жизненные потребности так, чтобы возникли сильные мотивы, побуждающие людей к участию в таком движении. При этом власти должны создать такие условия, при которых нет никаких возможностей для свободной деятельности лидеров и организаторов данного движения — последние с самого начала сталкиваются с жесткими репрессиями. «Обиженных», тем более из числа «защитников народа», в массе всегда любят и ценят. Соответственно, своими репрессиями власти должны внести свой «вклад» в развитие революционного движения. Само же движение такого типа должно руководствоваться особыми целями и методами их достижения: «Цели и методы являются следствием причин, вызывающих социальное беспокойство, и условий, делающих невозможной реформу. Следовательно, революционные движения — это движения, направленные не к реформе существующего положения вещей, а к его принципиальному изменению путем его ниспровер-

жения силой. Поэтому оно должно мобилизовать большую социальную энергию,... должно обладать общественной идеологией, дающей представление о новом общественном порядке, должно иметь формальную организацию — зачаток власти, способный руководить революцией и стать политической властью» (Щепаньский, 1969). Другими словами, оно должно иметь свое «ядро» — обычно революционную партию, о чем разговор пойдет дальше.

Периоды развития революционного движения обычно выглядят следующим образом:

1) период социального беспокойства, недовольства, брожения;
2) беспокойство охватывает интеллектуалов, которые формируют новую идеологию, дающую представление о желательном общественном порядке;
3) возникновение целевых организаций партийного типа, готовящих социально-по литические действия и программы будущих политических перемен, — эти орга низации в будущем обычно становятся основой для мобилизации все более ши роких масс, что придает движению реально массовый, общенациональный харак тер;
4) взрыв революционных настроений, перерастающих в действия, переворот;
5) период власти, осуществляемой переходными, умеренно-компромиссными груп пами;
6) мобилизация и массовое распространение экстремистских групп, подъем массо вого движения, опасающегося, что «умеренные» не защитят достигнутых перемен;
7) захват власти экстремистами и период террора для подавления контрреволюции;
8) спад массового террора, постепенная стабилизация нового порядка, умиротво рение экстремистских настроений или, в ином варианте, реставрация старого по рядка.[1]

Понятно, что не все революции и революционные движения должны иметь именно такой ход развития. Приведенная схема разработана на основе анализа хода прежде всего великих революций. Известны также и революции бескровные, без периода террора, или же с «пропусками» каких-то иных этапов и стадий.

Реформаторские движения. В отличие от революционных, массовые реформаторские движения обычно возникают, когда состояние социально-политического беспокойства охватывает сравнительно ограниченные круги и общности, когда совместные стремления людей к изменению существующей ситуации не сталкиваются с репрессиями со стороны властей, когда лидеры движения обладают свободой действий, пользуются средствами публичной связи с общественностью и когда неудовлетворенные потребности, запросы и притязания людей касаются далеко не самых значимых сторон их повседневной жизни. В силу этого подобные движения обычно не достигают таких значительных масштабов массовости, как революционные движения, — как правило, в них просто не хватает для этого эмоционального тонуса, напряжения и притягательности. Такие движения часто могут институционализироваться и действовать в форме добровольных объединений, в рамках установленного социального порядка и существующей общественно-политической системы, стремиться к проведе-

[1] См.: *GorrowB.J.* The Comparative Study of Revolution.// Midwest Sociologist. 1955. Vol. 17. P. 54—59.

нию желаемых изменений законодательным путем или посредством изменений внутри действующих институтов системы.

Примерами реформаторских движений принято считать движение за эмансипацию женщин, профессиональные движения, просветительские движения, антиалкогольное движение, движение в защиту животных, различные филантропические движения и т. д. По своей сути, это эволюционные достаточно массовые движения со всеми их особенностями и ограничениями.

Этапы развития эволюционных движений обычно выглядят следующим образом:

1) состояние социального беспокойства, охватывающего некоторые круги и общности по поводу определенного положения дел, вызывающего недовольство;
2) спонтанное возникновение на базе данного состояния различных форм агитации, дискуссий, пропаганды, посредством которых идет поиск путей разрешения проблемы, — это осуществляется людьми, наиболее остро ощущающими недовольство или обладающими определенными представлениями о том, что следует изменить в жизни;
3) в результате такой спонтанной деятельности возникает сознание некоторой общности целей, создаются круги и свободные неформальные группы людей, объединенных скорее не чувством, а именно сознанием общности целей; выделяются лидеры, которые иногда могут обладать чертами «пророков» и «провидцев» — идеологов, создающих представление о новом порядке или новом положении вещей;
4) такие спонтанно возникающие круги и группы для реализации своих целей формируют объединения, имеющие управление, организацию, статусы и предписания, регулирующие их деятельность, — это этап возникновения и разрастания институциональных форм движения; во главе их становится новый тип лидера-организатора, возникает нужда в технических руководителях, умеющих организовать и направить деятельность быстро разрастающихся объединений, охватывающих значительные территории;
5) начинается использование возникших организационных форм для реализации поставленных целей; на первый план выдвигаются политики или деятели, являющиеся не организаторами, а исполнителями, обеспечивающими эффективную деятельность движения; итогом становится либо достижение принципиальных целей движения, либо его поражение;
6) в случае достижения целей наступает бюрократизация движения (последняя фаза — «окостенелого прозябания» по Я. Щепаньскому) и, соответственно, за этим следует практически неизбежный отлив масс — в связи с неизбежной утратой движением мобилизующих эмоций и стремлений (Щепаньский, 1969).

Экспрессивные движения. Для полноты картины никак нельзя пропустить и явно не политические, а сугубо общественные, но отчетливо массовые движения, отличающиеся своими особенностями. Так называемые экспрессивные движения возникают в результате определенных процессов, охватывающих иногда широкие круги и общности людей, ищущих удовлетворения потребности выражения личности, а также удовлетворения эстетических, религиозных или интеллектуальных потребностей и потребности выразить определенные импульсы, возникающие под влиянием какой-

либо выдающейся индивидуальности (вождя). Сюда, например, относятся движения морального и религиозного возрождения, охватывающие иногда очень значительные массы, но не образующие той очень компактной институционализированной формы, какая присутствует в реформаторских и революционных движениях. Примеры таких движений — это еще и эстетические движения, движения сторонников определенных интеллектуальных и художественных течений, движения приверженцев той или иной музыки, танцев и т. д.

Именно такие движения, с социально-психологической точки зрения, являются действительно массовыми, полностью и исключительно стихийно подчиняясь действию известных эмоционально-заразительных и слепо-подражательных механизмов психологии масс. Такие движения «изменяют и обогащают образцы поведения, системы ценностей, критерии оценок, вносят и пропагандируют новое интеллектуальное содержание, новые взгляды на жизнь, новую моду в одежде, манере выражаться, взаимоотношениях и взаимодействиях. Они действительно создают новые установки и способствуют распространению идеологии» (Щепаньский, 1969).

По своей социально-психологической сути такие стихийные движения часто выступают в особом качестве эмоционального фона, психологической праосновы более политизированных и в большей части организованных революционных или реформаторских политических движений. Приведем две цитаты из работ В. И. Ленина - крупнейшего специалиста-практика в области организации политических партий и массовых движений. «Стихийность движения есть признак его глубины в массах, прочности его корней, его неустранимости, это несомненно». «..."Стихийный элемент" представляет из себя, в сущности, не что иное, как зачаточную форму сознательности. И примитивные бунты выражали уже собой некоторое пробуждение сознательности...» (Ленин, 1967-1984).

Политические партии

Существуют разные подходы к пониманию того, что же такое политическая партия. С одной стороны, Б. Констан в 1816 г. писал: «Партия есть общность лиц, публично исповедующих одну и ту же политическую доктрину». С другой стороны, в 1760 г. Д. Юм тонко отметил, что программа играет основную роль лишь на ранней стадии, когда она служит объединению разрозненных индивидов, но затем на первый план выходит организация, а платформа становится всего лишь аксессуаром[1].

Известный современный словарь предлагает более сложный и во многом комплексный поход к определению данного понятия. «Партия политическая (от лат. *partis* — часть) — организованная группа единомышленников, представляющая интересы части народа и ставящая своей целью их реализацию путем завоевания государственной власти или участия в ее осуществлении. Политическую партию следует отличать, во-первых, от политического движения, которое не имеет характерных для партии организационной структуры и детально разработанной политической программы, во-вторых, от группы давления, которая стремится не к завоеванию государ-

[1] См.: *Дюверже М.* Политические партии. М., 2000. С. 17.

ственной власти, а лишь к обладанию влиянием над теми, кто ее осуществляет»(«Политология: Энциклопедический словарь», 1993).

До сих пор практически отсутствуют серьезные попытки социально-психологического рассмотрения политических партий. Однако, это возможно, по крайней мере, с точки зрения массовой психологии членов партии. Сказанное означает, что центром нашего рассмотрения являются массовые или претендующие на массовость партии.

По М. Соболевскому, «этимологически слово «партия» происходит из латыни и означает часть более крупной общности. Уже в древнем мире его использовали для обозначения политической организации. В этом значении Цицерон, Плавт или Саллюстия говорят о «фракции» или «партии» в отличие от «амичитиа», благородного, «хорошего» союза друзей. Фракция была неблагородным, плохим союзом. Это толкование вошло в историю, и еще в XVIII веке для Робеспьера во Франции или Вашингтона в США фракция ассоциировалась со злом. Однако в римской политической литературе употребление слова «партия» еще не было четко определено, и этот термин имел различные значения. Им обозначали как политиков вокруг вождя (так, говорили о партии Цезаря, Мария, Суллы и т. п.), так и группу людей, управляющих государством, или (у Саллюстия) сенат в противоположность народу» (Sobolewski, 1974). Но подлинная история достаточно массовых политических партий как особых, отличающихся высокой степенью институционализации политических движений датируется концом XVIII и в особенности XIX веком. Это связано со вступлением на политическую арену «третьего сословия», затем с началом борьбы буржуазии с пролетариатом, а в XIX веке — с введением всеобщего избирательного права.

Вслед за М. Вебером, принято деление истории политических партий на три основных периода: 1) партии как аристократические группировки; 2) партии как политические клубы; 3) современные массовые партии. М. Соболевский считает два первых этапа как бы своего рода предысторией политических партий, подчеркивая, однако, что «граница между массовой партией XIX века и ее предшественницами более ранних эпох не очень отчетлива: напротив, мы имеем дело с большой преемственностью определенных политических течений» (Sobolewski, 1974).

Е. Вятр выделял четыре главных основания для типологии политических партий. Во-первых, *социально-классовое деление* на чисто классовые (рабочие, буржуазные, крестьянские, помещичьи и т. п.), межклассовые (например, буржуазно-помеппгчьи или рабоче-крестьянские) и классовоподобные (состоящие из представителей прослоек и групп) партии. Во-вторых, *деление в зависимости от организационной структуры* (кадровые и массовые партии, в том числе массовые партии с «рыхлой» структурой и «жесткой» структурой). В-третьих, *по месту в системе власти* (легальные и нелегальные партии, правящие и оппозиционные). В-четвертых, *по идеологии* (разделение на так называемые идейно-политические партии — в первую очередь, революционные, реформистские, консервативные и контрреволюционные; на партии прагматические — избирательные, или, по выражению М. Дюверже, «полумассовые»; а также харизматически-вождистские партии).

Понятно, что перечисленные характеристики не исключают друг друга, а дают возможность комплексного, объемного рассмотрения той или иной конкретной партии. В данном контексте наиболее существенным является деление по типу организационной структуры, отчасти смыкающееся с идеологическим разделением.

Кадровые и массовые партии

В общих рамках «прагматических» партий выделяют кадровые и массовые партии. Кадровые партии существуют по принципу «воздушного шарика». Они состоят из своего рода «кадровой оболочки», которую периодически наполняет некоторый «воздух» в виде электоральных масс в ходе избирательных кампаний (в этом они абсолютно соответствуют признакам прагматических, непосредственно избирательных партий, хотя, разумеется, при этом они могут быть и идейно-политическими, как, скажем, ленинская «партия нового типа», и, тем более, харизматически-вождистскими — типа «партии Жириновского»), Кадровая партия — это своеобразное «объединение нотаблей, их цель — подготовить выборы, провести их и сохранить контакт с кандидатами. Прежде всего, это нотабли влиятельные, чьи имена, престиж и харизма служат своего рода поручительством за кандидата и обеспечивают ему голоса; это, далее, нотабли технические — те, кто владеет искусством манипулировать избирателями и организовывать кампанию; наконец, это нотабли финансовые — они составляют главный двигатель, мотор борьбы. И качества, которые здесь имеют значение прежде всего — это степень престижа, виртуозность техники, размеры состояния». Образно говоря, кадровые партии — это своего рода небольшие политические «армии». Они состоят в основном из «генералов» — партийных лидеров и «офицерского корпуса» — партийных функционеров, работающих на постоянной основе. «Солдаты» рекрутируются по мере необходимости — иногда для участия в выборах, иногда — в восстаниях и массовых акциях. «Если считать членом партии того, кто подписывает заявление о приеме в партию и в дальнейшем регулярно уплачивает взносы, то кадровые партии членов не имеют» (Дюверже, 2000).

В отличие от таких, кадровых партий, массовые партии строятся на совершенно иных основаниях. Упор в них делается не на качество «офицерского корпуса», а на количество рядовых партийцев: «То, чего массовые партии добиваются числом, кадровые достигают отбором» (Дюверже, 2000). Поэтому массовые партии, как правило, подразделяются в зависимости от жесткости своей организационной структуры. На одном полюсе здесь выделяются партии, строящиеся на четких, причем формально закрепленных принципах членства (устав, формы и условия вступления в партию, партийная дисциплина, жесткие нормы поведения и санкции за их нарушение, и т. д.). На другом полюсе располагаются партии, в которых отсутствует институт официального членства, а принадлежность к партии определяется, например, характером голосования за партийных кандидатов на выборах. Между этими полюсами располагаются многообразные варианты либо более, либо менее жесткой организации.

С социально-психологической точки зрения понятно, что действительно массовыми являются исключительно добровольно массовые партии, с не слишком жесткой организационной структурой, допускающей достаточную свободу вступления и выхода из партии. С этой точки зрения, массовая партия — это всего лишь относительно четко организованное и структурированное массовое движение. Однако понятно, что такого рода партий в реальности практически не найти — грань между партией и движением слишком условна, и операционально зафиксировать ее практически невозможно. Вот почему реально практически и нет по-настоящему массовых партий — так как слово «партия» действительно обозначает только часть населения, но никак не массу. При всем стремлении, например, КПСС выдавать себя за массовую партию,

даже в лучшие времена ее численность не превышала 10 % от взрослого населения СССР. Это было выражением сознательного курса на ограничение численности партии. Еще со сталинских времен эта партия рассматривалась как достаточно замкнутый «орден меченосцев» — особая организация, направляющая и ведущая массу, но не сливающаяся с ней. В конечном счете, это была «партия нотаблей», но особого рода — имевшая видимость массовой структуры.

В истории партстроительства известны и примеры противоположного рода. Правящая партия Мали, например, в 80-е гг. XX века, согласно своему уставу, автоматически включала в себя каждого жителя страны по достижении им 18 лет. В поисках своеобразного «полного единства» общества там был реализован принцип особого религиозно-административно-партийного «триединства»: главный шаман каждой деревни одновременно назначался ее административным лидером («старостой»), а также секретарем первичной партийной организации. Однако быстро выяснилось, что в таком случае сам смысл понятия «партия» выхолащивается, и партийная структура теряет всякий самостоятельный смысл. Шаман, подписывающий на тамтаме административные распоряжения и принимающий, на том же тамтаме, партийные взносы, ставящий штамп «уплачено» в партбилете, превращался в элементарного тоталитарного вождя-диктатора, разве что оснащенного дополнительными средствами суггестивного воздействия. Реально, однако, он в них не нуждался и особо не использовал. Смешение жанров привело к многочисленным кризисам и постепенному разрушению такой триединой тотально массовой организации.

Еще одна группа примеров, известная из истории (типа массового членства в НСДАП жителей гитлеровской Германии), стала возможной только за счет правящего государственного статуса данных партий. По понятным причинам их трудно рассматривать как добровольно массовые партии — скорее, это было добровольно-принудительное членство.

Если же рассматривать другие примеры, то в подавляющем большинстве случаев при социально-психологическом рассмотрении партий возникает уже знакомая нам по предыдущим главам модель. Это все та же модель функционирования психологии масс, только в специфической сфере. С точки зрения психологии масс, партии и движения нельзя рассматривать порознь — они представляют собой тесно связанные элементы одной психологической целостности. Общественное движение может некоторое время (на начальной стадии) существовать само по себе. Однако, политизируясь, оно неизбежно порождает элементы организации. Эти элементы соединяются в партию — «ядро» данного движения. В общем виде схема выглядит просто. В центре — «ядро», организация, партия. Вокруг нее — уже сравнительно массовое политическое движение. Еще шире — массовое общественное движение, источник «подпитки», рекрутирования новых членов вначале для политической части этого движения, а затем и для самой партии. В такой модели все три элемента структуры выполняют свои специфические функции, уже достаточно знакомые нам.

Партии и движения

Вопрос о взаимоотношениях между партиями и движениями достаточно сложен. Иногда эти понятия существуют почти как синонимы, иногда одно подменяет дру-

гое. Наиболее эффективным, однако, как уже сказано, является такое сочетание функционирования партии и движения, при котором они составляют одно целое, но каждая часть этого целого выполняет свои специфические функции.

М. Дюверже весьма тонко и очень психологично писал о специфике жизни партийной организации: «Организация партий покоится главным образом на практических установках и неписаных правилах, она почти полностью регулируется традицией. Уставы и внутренние регламенты всегда описывают лишь ничтожную часть реальности, если они вообще описывают реальность; ведь на практике им редко следуют неукоснительным образом. А с другой стороны, партии сами охотно окружают свою жизнь тайной, и поэтому нелегко добыть о них точные сведения, даже элементарные. Здесь сталкиваешься с первобытной юридической системой, где законы и ритуалы секретны, а посвященные фанатически укрывают их от мирских взоров. Одним только ветеранам партии хорошо известны все перипетии организации партии и тонкости интриг, которые в них завязываются. Но они редко обладают научным складом ума, что мешает им сохранять необходимую объективность; и они так неохотно говорят...» (Дюверже, 2000).

Выделим из сказанного несколько примечательных выражений: партийная жизнь «регулируется традицией»; партии «окружают свою жизнь тайной»; «первобытная юридическая система»; «законы и ритуалы секретны»; «посвященные фанатически укрывают их от мирских взоров»... Все это крайне напоминает те, глубоко первобытные способы организации управления психологией масс, которые рассмотрены в предыдущих главах. Политическая партия здесь выступает в роли коллективного вождя («организатора») и одновременно коллективного шамана («пропагандиста и агитатора»). Это особый орган управления психологией масс, вооруженный значительными по силе инструментами суггестивного (строго говоря, контрконтрсуггестивного) воздействия на эти массы. Соответственно, партийная организация действительно оказывается достаточно замкнутым «ядром», главной задачей которого (помимо самовыживания) является периодическая мобилизация массовой психологии, поддержание эффективного функционирования связанного с партией политического движения и, по возможности, расширение сопутствующего ему массового общественного движения.

В. И. Ленин писал: «И вот я утверждаю, 1) что ни одно революционное движение не может быть прочно без устойчивой и хранящей преемственность организации руководителей; 2) что, чем шире масса, стихийно вовлекаемая в борьбу, составляющая базис движения и участвующая в нем, тем настоятельнее необходимость в такой организации и тем прочнее должна быть эта организация...; 3) что такая организация должна состоять главным образом из людей, профессионально занимающихся революционной деятельностью....» (Ленин, 1967-1984).

Логика революционера-практика была простой и понятной: «В критические минуты жизни народов бывало не раз, что даже немногочисленные передовые отряды... увлекали за собой всех, зажигали огнем революционного энтузиазма массы, совершали величайшие исторические подвиги» (Ленин, 1967-1984). Причем эта роль авангарда выполнялась в истории не просто пропагандой «передовой теории», а конкретно, действенно, распространением своего энтузиазма и своего примера: «Все великие политические перевороты решались энтузиазмом передовых отрядов, за которыми

?

стихийно, полусознательно шла масса» (Ленин, 1967-1984). Дальше вспоминается знакомое: «Дайте нам партию революционеров, и мы перевернем Россию».

Таким образом, из вышеизложенного следует вполне определенный вывод. Политическая партия выступает по отношению к связанному с ней массовому движению, авангардом которого она является, в явно суггестивной, а также организующей роли. Партия сильна доходчивостью агитации и силой примера: «От нас ждут пропаганды примером: беспартийной массе надо показать пример» (Ленин, 1967-1984). Пример может быть как реальным, так и виртуальным. В последнем случае главную роль играют средства массовая коммуникации — партийная газета, другие средства массовой информации и партийной пропаганды, которые выступают одновременно как коллективный пропагандист, коллективный агитатор и коллективный организатор. В целом же, детали этого триединства даже не принципиальны: все равно дело сводится к одному и тому же психологическому механизму, к заражению масс, за которым следует подражание с их стороны. Это и есть то, что на практике обычно называется политической или социальной мобилизацией масс.

Такая мобилизация масс осуществляется через соответствующие массовые движения, связанные с партией. Даже если во внутреннем словоупотреблении слова «партия» и «движение» не различаются (как часто бывает в случае партий, стремящихся быть массовыми), это различение очевидно по своей функциональной сути. Только в подобных случаях под понятием «партия» следует понимать нечто иное, — прежде всего «партийный аппарат», конкретно выполняющий соответствующие вождистско-шаманские функции. Массовое же партийное движение всегда остается не более чем массовым движением, даже если его члены имеют в своих карманах партийные билеты. Как правило, движение — это объект активной манипуляции со стороны партийного «ядра»: это та самая прикладная психология масс, с помощью которой управляет людьми и которую постоянно использует в своих интересах практически любая партийная организация. Если формулировать жестко, то это читается так: «Социальная функция буржуазной партии состоит в выражении интересов господствующего класса, а также в идеологическом и организационном подчинении... масс». Если идти по пути смягчения формулировок, то можно написать по-другому: «Принципами, на которых основаны организация и деятельность коммунистической партии, являются: ...органическая связь с массами, учет их опыта при выработке тактики, обучение масс на их собственном опыте...» («Философский энциклопедический словарь», 1983). Понятно, что даже изложенная разными словами, суть взаимоотношений масс с политической партией на практике остается неизменной.

Исторический анализ показывает, что в абсолютном большинстве случаев партии формировались «сверху», и только затем, уже сформировавшись, они находили или создавали «под себя» удобные общественные и политические движения. Случаев явно противоположного рода, когда самостийное массовое движение привело к возникновению партии, в истории практически не отмечено.

Любое естественное сколько-нибудь массовое движение, реально возникая как своеобразная форма эмоциональной саморегуляции образующих его индивидов и психологической канализации беспокоящего их социального напряжения, может оставаться в статусе такого массового естественного движения достаточно недолгое время. Оно либо добивается, на эмоциональном порыве, своих целей, либо такой по-

рыв иссякает, цели остаются недостигнутыми и движение сходит на нет. Третий вариант сводится к тому, что чаще извне, чем изнутри, появляются элементы организации, как правило, имеющие партийные формы. Так и возникают партии — на базе движений, в качестве его «ядер». Далее же обычно все строится по уже известным суггестивным механизмам взаимодействия управляющих и управляемых, как бы они не назывались. Партии предоставляют массам идеологии в их наиболее конкретном выражении: как нормы, ценности и образцы поведения. Заражая ими массы, они добиваются массового подражания и воспроизводства этих норм, ценностей и образцов поведения. Такое подражание затем становится психологической основой партийной дисциплины, т. е. новым способом массовизации психики. В этом, в частности, заключена знаменитая «магия» известных слов-проскрипторов «надо!» и «должен!» — они приобретают силу суггестивного внушения именно в рамках партийно-политических организаций, в связи со стоящей за ними партийной дисциплиной. Последняя представляет собой как бы добровольно принятое человеком на себя обязательство к подражанию партийным решениям. На деле же, это результат внешней суггестии, опирающейся на внутренние, психологические механизмы, что превращает ее в аутосуггестию.

Основные выводы

1. Массовые движения и их особые институционализированные формы — политические партии, являются специфическими социально-психологическими феноменами. Это определенные, достаточно массовые общности, возникающие на основе функциональных, прежде всего психологических параметров. Массовое движение — это устойчивая широкая общность людей, осознающих некоторую проблему, возникающую перед социальной группой, классом или обществом в целом, разделяющих единые взгляды на характер и пути решения этой проблемы и добровольно объединяющихся для действий ради внесения в жизнь общества соответствующих изменений. Массовые движения обычно оцениваются конкретно—в соответствии с ролью, которую они играют в обществе. При этом в расчет принимается социальная специфика движения и ставятся базовые вопросы: в каком сегменте общества оно развивается и чьи интересы выражает?
2. Социально-психологические механизмы возникновения массовых движений связаны с такими ситуациями, в которых часть людей не может удовлетворить свои потребности. При этом различными могут быть как потребности (экономические, политические, культурные и др.), так и причины их неудовлетворенности. Неудовлетворенные потребности вызывают недовольство, фрустрацию, переключение энергии, мобилизованной на удовлетворение потребности, на новые задачи — борьбу против реальных или виртуальных препятствий. В результате возникает состояние эмоционального напряжения, беспокойство, которое, распространяясь, может приобретать социальный характер. Широкое социальное беспокойство проявляется в дискуссиях, неформальных обсуждениях, связанных с поисками способов разрешения беспокоящей ситуации. Это и является основой возникновения массовых движений.

3. В социально-психологическом плане, участие в массовом движении связано для его членов с реализацией определенных эмоциональных, познавательных, инструментальных и идеологических потребностей. Их удовлетворение — функция массового движения. Вступление в ряды движения связано с разными мотивами. Его участники могут руководствоваться эмоционально-аффективной, ценностно-рациональной, традиционной или рационально-преднамеренной мотивацией.
4. К факторам распространения движения относятся: его роль и влияние в обществе; реальная и потенциальная социальная база; набор целей и идеалов; сфера приложения основных усилий; степень организованности движения; социальная сущность; глубина требуемых социальных изменений. Эти факторы определяют избираемый движением способ социальных преобразований. В соответствии с ним движения подразделяются на революционные, реформистские и экспрессивные. Всякое движение проходит в своем развитии стадии создания предпосылок движения, артикуляции стремлений, массовой агитации, активной социальной деятельности и затухания.
5. Политическая партия выступает по отношению к связанному *с* ней массовому движению в суггестивной и организующей роли. Основные направления ее влияния — агитация и демонстрация образцов действия, могущих носить как реальный, так и виртуальный характер. В последнем случае основную роль играет массовая партийная коммуникация. В целом же, задача партии сводится к заражению масс, за которым, с их стороны, должно последовать подражание партийным идеалам. За счет этого осуществляется социально-политическая мобилизация масс. Таким образом, партия выступает в роли коллективного вождя, организатора и агитатора. Сочетание этих ролей делает партию особым органом управления психологией масс, обладающим сильными инструментами суггестивного воздействия. Партийная организация оказывается достаточно замкнутым ядром, главной задачей которого оказывается поддержание эффективного функционирования сопутствующего массового движения.

Заключение

Ну вот, уважаемый читатель, наконец-то перевернута последняя страница этой книги. Окончен труд — и мой, и твой. Ведь не только писание, но и чтение такой книги — это, безусловно, очень серьезная работа и совсем нелегкий труд. Это исследовательская работа. Страница за страницей, читатель вслед за автором открывал для себя то, с чем приходится достаточно редко сталкиваться в доступной литературе: психологию масс и массовых настроений.

Теперь попробуем подвести самые главные, основные итоги этой книги. **Первый такой итог** заключается в том, что массовая психология — это не какой-то артефакт, не случайное, эпизодическое явление в истории человечества. Это естественный этап, необходимая стадия развития нашей психики. Причем это такой этап, который никогда не закончится.

Развитие психики идет по синусоиде: вслед за всплеском массовой психологии обычно следует всплеск развития индивидуального сознания и так, скорее всего, до бесконечности. Одно будет вести за собой другое. Преобладание массового сознания будет сменяться расцветом сознания индивидуального для того, чтобы вновь «потянуть» за собой сознание массовое. Но это значит, что не надо бояться «массового человека» — надо просто находить с ним общий язык. Тем более что в нем, в этом самом «массовом человеке», есть и свои прелести. Не будем вспоминать о революциях, войнах и всяких прочих социально-негативных явлениях. Но ведь без него, например, не было бы даже массовых праздников, карнавалов, дискотек, шоу-бизнеса и много чего еще. Кроме того, он бывает иногда еще и просто полезен, этот «массовый человек» — для регуляции или, попросту, для «разрядки» тех эмоций, с которыми подчас человек не может справиться наедине с собой. В этом — главная функция психологии масс и массового поведения. Это та самая основная человеческая потребность, поддерживающая его существование. Так что в этом смысле мы сами и есть как бы творцы своего нелегкого счастья.

Второй итог: психология масс — это составная часть социальной психологии, причем, возможно, ее основная часть. Напомним: одна традиция в социальной психологии, назовем ее аналитической, стремится разложить социальную психику до отдельных единиц. В рамках этой традиции все начинается с социальной психологии личности, далее идет к группам, а затем к массам. Другая традиция, синтетическая, начинает со сложного, разлагая его затем на простое. И тогда главный объект социальной психологии — массы, а уже затем — группы и в заключение — личность. Однако дело не в последовательности рассмотрения. В конце концов, массу никогда не сведешь к сумме отдельных индивидов, а индивида не представить как часть массы. С чего ни начинай, ясно главное: миновать психологию масс в социальной, а также в политической психологии никак невозможно.

В течение последних ста лет человечество, так или иначе, пыталось игнорировать психологию масс в научном отношении. Причины этого понятны — элита не любит массу, и ничего тут не поделаешь. А раз не любит, значит, не хочет изучать, писать книги, читать лекции. По известному принципу: «Кабы чего не вышло». А то научишь народ, а потом получишь какое-нибудь очередное «восстание масс». Потому и не было

новых книг, не было новых исследований. В лучшем случае переиздавали Г. Лебона, отчего и появилась студенческая шутка: «масса есть бог, а Густав Лебон — пророк ее». Жизнь же оказалась гораздо сложнее. Соответственно, сложнее должна становиться и наука, если она хочет соответствовать меняющейся жизни. Настало время полноправного включения психологии масс как отдельного, самостоятельного раздела во все программы, учебники и курсы — как минимум, по социальной и политической психологии. Впрочем, здесь пока еще не сказали своего слова историки, культурологи, антропологи и представители ряда других гуманитарных наук — у них есть и собственные претензии.

Третий важнейший итог состоит в том, что во всей социальной психологии именно психология масс — это наиболее практическая ее часть. В психологии масс не так уж много теории. Некоторую сложность представляют собой основные понятия и их история, все же остальное носит совершенно конкретный, прежде всего прикладной характер. Все остальное можно «пощупать», представить, пережить на себе. Здесь не нужны сложные упражнения по медитации или тренинговые группы — достаточно сходить разок на футбольный матч или обменяться с друзьями впечатлениями о последней дискотеке. В психологии масс практически нет сложных лабораторных, откровенно искусственных экспериментов. Мы судим о ней в первую очередь по масштабным естественным экспериментам, которые периодически проводит над собой само человечество, отдельные его части. Правда, психолог объективно оказывается в данном случае в сложнейшей ситуации. Как правило, он является и наблюдателем, и участником увлекающих его исторических, социальных и политических процессов. В этом заключена наибольшая трудность познания и осмысления психологии масс. Однако это делает данный процесс удивительно благодарным.

Психология — это особый способ познания. Легко физику — он смотрит на свой «черный ящик», а перед ним лежит набор самых разных исследовательских инструментов, на выбор, от телескопа до микроскопа. Гораздо труднее психологу — он вынужден как бы раздваиваться: одним, «эмоциональным» глазом он смотрит на мир из толпы, как ее часть, а другим, холодным, «рассудочным» глазом вынужден оценивать то, что видит первым глазом. Он сам себе и субъект, и объект, и даже метод познания. Трудно? Еще как! Но крайне интересно. И крайне благодарно, поскольку только так и можно получить реальное знание о совершенно уникальной, изменчивой, неуловимой, как бы утекающей между пальцами, сугубо психологической реальности — психологии масс.

Четвертый итог заключается в том, что только в психологии масс мы имеем дело с удивительным синтезом практически всего психологического знания. В ней нет психологии личности, но есть личностные механизмы соучастия в массе, есть потребности и эмоции, которые влекут человека в массу, есть заражение и подражание, которые делают его членом массы. В ней нет психологии групп, но есть феномен конформизма, превращающий человека в часть массы подчас помимо его воли. В ней нет этнической психологии, но есть национальные чувства и темперамент, которые определяют психологию той или иной «национальной души» как скорее массовую или, напротив, индивидуальную. В психологии масс соединяется все основное, с чем имеет дело социальная психология, и придает этому социально-психологическому знанию предельно жизненный, практический характер.

Наконец, последний, **пятый итог.** Психология масс — это своеобразный психологический синтез прошлого и будущего человека, прошедшей истории и будущих перспектив развития его психики и сознания. Значит, изучение сегодняшней психологии масс — это своего рода путь по особому «мосту», из прошлого в будущее. Можно оглянуться назад и увидеть это почти пещерное прошлое человечества — не так уж далеко мы от него еще отошли. Можно, напротив, глядя вперед, пытаться разглядеть вдали контуры развития человеческой психики в будущем. Кому-то ближе одно, кому-то — другое. Однако согласимся, что сама по себе позиция наблюдателя на таком мосту — предельно выигрышная. Его кругозор максимален.

Вот за что я так люблю эту удивительно сложную и вместе с тем жизненно простую психологию масс и массовых настроений. К чему и вас призываю.

Уже заканчивая эти строки, услышал по телевидению призыв ко «всем, кто свободен!» — срочно собираться и идти на очередной митинг в поддержку этой самой свободы. И подумалось: вот вновь на наших глазах формируется очередная масса. Но если вы по-настоящему, в психологическом смысле свободны, то ваше место — не в массе. В массе оказываются те, кто просто сегодня ничем не занят. Но «не занят» и «свободен» — все-таки разные вещи. Когда-нибудь мы научимся это понимать.

С уважением,

Дмитрий Ольшанский

Литература

Advertising age. 1967. № 3.

Allport G., Postman L. Psychology of Rumor. N. Y.: Harper & Row, 1956.

Balle F. Medias et societe. P.: Payot, 1980.

Balta P., Rulleau C. L'Iran Insurge: 1789 an Islam? In tourant du monde? P.: Payot, 1979.

Barach P. Die Theorie Democratischer Elitenherrschaft. Frankfurt-am-Main: Folks Verlag, 1970.

Barber J. The pulse of politics: Electing Presidents in the Media Age. N. Y., L.: Plenum, 1980.

Barber J. D. The Presidential Character: Predicting Performance in the White House. N. Y.: Plenum, 1977.

BellD. The End of Ideology. Glencoe: Univ. press, 1964.

BellD. The Social Framework of the Information Society. Oxford: Univ. press, 1980.

Berelson B. Communication and Public Opinion. N. Y.: Harper & Row, 1952.

Berelson B., Lasarsfeld P. E., McPhill W. X. Yoking. A Study of Opinion Formaition in a Presedential Campaign. Chicago: Univ. press, 1959.

BlumerH. The mass, the public and public opinion. // Readers in public opinion and communication. N. Y.: Symon & Shuster, 1950.

Braun K. Einfuhrung in die politische Psychologie. Bern: Volk Verlag, 1980.

Brinton M. The Irrational in Politics. Montreal: Univ. press, 1974.

Brugeilles G. L'essnce du phenomene social: la suggestion. // Revue philosophique. 1913. № XXV. P. 27-38.

Buzzi G. Advertising. Its Cultural and Political Effects. Minneapollis; Univ. press, 1968.

Catlin G. Systematic Politics. Toronto: Univ. press, 1962.

Cousins J., Brown R. Patterns of Paradox: Shipbuilding Workers Images of Society. In.: Working Class Images of Society. L., Boston: Morning Star Press, 1975.

Crise economique, politique, sociale et culturelle. // Le Monde. 1983. Juillet 25. *Davies Y.* Human Nature in Politics. The Dynamics of Political Behaviour. Westport: Univ. press, 1972.

Deutsch M. Field Theory in Social Psychology. // The Handbook of Social Psycholoqy. N. Y., L.: Harper & Row, 1968. *EllulJ.* Propaganda. N. Y.: Plenum, 1973.

EskolaA. A Party Preference and Anti-Democratic Attitudes. Research Report. Tampere: Free press, 1971.

Faces in the Crowd. N. Y.: Plenum, 1950.

FeuerL. S. The Conflict of Generations: The Character and Significance of Student Movements. N. Y., L.: McGrow-Hill, 1969.

Foote N., Hart C. Public Opinion and Collective Behavior. // Group Relations and the Crossroads. N. Y.: Plenum, 1963.

Fortine Mapocho. 1988. December 2.

Gibson]. Ideology and World Affairs. Boston: Univ. press, 1964.

Gorrow B.J. The Comparative Study of Revolution. // Midwest Sociologist. 1955. - Vol. 17. № 2.

GunnellJ. Y. Between Philosophy and Politics: the Alienation of Masses. Amherst: Univ. press, 1986.

Hall C. S., Lindzey G. Theories of Personality. N. Y.: Harper & Row, 1967.

Harzik E. B., Dobson M. L. Public Expectations and Presidency: Barber's «Climate of Expectations» Examined. // Presidential Studies Quarterly. 1982. Vol. 12. № 4.

Henderson A. H. Social Power. Social Psychological Models and Theories. N. Y.: Plenum, 1981.

Human Needs and Politics. N. Y.: Harper & Row, 1977.

JabbariA. Economic Factors in Iran's revolution: Poverty, Inequality and Inflation. // Iran: Essays on a Revolution in the Making. N. Y.: Univ. press, 1981.

Jendrzejewski C. Spoleczne funkcje plotki. // Czlowek i swiatopoglad (W-wa). 1975. № 3.

Kasschau P. Political Alienation in a Sample of Young Mexican Children. // Sociology and Social Research. 1976. № 30. *KatzD.* Psychological Barriers to Communication in Mass Media. N. Y.: Plenum, 1962.

Keddie N. R. Roots of Revolution. An Interpretative History of Modern Iran. N. Y.: Univ. press, 1981.

Kirk]. Introductory Remarks. // Sorensen Th. Decision-Making in the White House. N. Y.: Plenum, 1953.

KlapperJ. The Effects of Mass Communication. N. Y.: Univ. press, 1966.

KnutsonJ. U. Human Needs Constraining Political Activity. // Human Needs and Politics. N. Y.: Harper & Row, 1977.

KoffS. The Political Use of the Concept of Alienation. // Alienation: Concept, Term and Meaning. N. Y.: Plenum, 1973.

Komhauser W. The politics of mass Society. N. Y.: Univ. press, 1960.

LandF. Psychology of Images. N. Y.: Academic Press, 1925.

LasswellH. Psychopathology and Politics. Chicago: Rand McNally, 1934.

LasswellH. The structure and function of communication in society. // Mass communications. Urbana: Univ. press, 1960.

Lazarsfeld P., Berelson B., GodetH. The people's Choice. N. Y.: W. W. Norton, 1944.

Le Bon G. La psychologie des foules. Paris: Payot, 1895.

Le Bon G. The Crowd. A Study of the Popular Mind. N. Y.: Plenum, 1969.

Le NyJ. F. La psychologie et les comportements politiques. // La Pensee. 1969. № 146.

Le Bon G. The Psychology of the Peoples. L.: Academic Press, 1899.

LeontjewA. N. Dziatalnosc a osobowsc. In.: Studia z psychologi emocji, motiwasji i osobowosci. W-wa: Ossolineim, 1977.

LernerM. America as a Civilization. N. Y.: McGrow-Hill, 1962.

Lewin K. The Dynamic Theory of Personality. N. Y.: Harper & Row, 1935.

Lipman W. Public Opinion. N. Y.: W. W. Norton, 1922.

London P. Behaviour Control. N. Y.: Plenum, 1969.

Machiavelli N. II Principe. Opere complete. Napoli, 1877..

Marcuse G. One-dimensioned Man. L: Academic Press, 1964.

Marsh A. Protest and Political Consciousness. L.: The Free Press, 1978.

Mass Media and Social Change. Beverly Hills: Sage, 1981.

Maucorps P. H. Psychologie des Mouvements Sociaux. P.: Mercure de France, 1950.

McClellandD. C. The Achieving Society. Princeton: Univ. press, 1961.

McDougall W. The Group Mind. Cambridge: Univ. press, 1920.

Mclnnes N. The politics of Need or, Who needs Politics? // Human Needs and Politics. N. Y.: Harper & Row, 1977.

McLuhan M. Understanding Media. N. Y.: Plenum. 1964.

Merriam H. New Aspests of Politics. Chicago: Univ. press, 1925.

MeyerhoffA. The Strategy of Persuation. N. Y.: Free Press, 1965.

Middle East. 1979. № 10.

Miller W. E., Shanks]. M. Policy Directions and Presedential leadership: Alternative Interpretations of the 1980 Presidential Elections. // British Journal of Political Science. 1982. Vol. 12. № 3.

MumfordL. Technics and Civilization. N. Y.: Free Press, 1934

MumfordL. The Condition of Man. N. Y.: Free Press, 1944

MumfordL. The Myth of the Machine: Technics and Human Developement. N. Y.: Free press, 1967

Nye R. A. The Origins of Crowd Psychology. Gustave Le Bon and the Crisis of Mass Democracy in the Third Repiblic. L.: The public press, 1975.

Rouvier C. Les idees de Gustave Le Bon. P.: Independent press, 1986.

Olsen M. Politikal Powerlessness as Reality. // Theories of Alienation. Leiden: Univ. press, 1976.

Ortega y GassetJ. Der Aufstan der Massen. B.: Folk Verlag, 1959.

Piwowarski W. Socjologiczna definicja religii. // Studia socjologii (Wroclaw), 1974. № 2.

Political Psychology: Contemporary Problems and Issues. San Francisco, L.: Jossey-Bass, 1986.

Psychology Today. 1988. June.

Public Communication Campaigns. Beverly Hills: Sage, 1981.

Radcliffe-Braun A. Structure and Functions in Primitive Society. L.: Academic Press, 1959.

Riesman D. et. al. The Lonely Crowd. N. Y.: Harper & Row, 1950. *Rockeach M.* Understanding Human Values. N. Y.: Free Press, 1979.

RortyJ. Our Master's Voice Advertising. N. Y.: Harper & Row, 1934.

Rosnow R. L. Psychology of rumor reconsidered. // Psychological Bulletin. 1980. № 3.

Rowan]. Psychological aspects of society. L.: Academic Press, 1978. B. 4. The structured crowd.

SilbermanA. The sociology of mass media and mass communication. // Intern. Social science journal (P.). 1980. Vol. 32. № 2.

Simmel G. Soziologie. Leipzig, 1908.

Smith H., ClaymerA., Silk L. et. al. Reagan the Man, the President. N. Y.: Plenum, 1980.

Sobolewski M. Partie i systemy partyjne swiata kapitalisznego. W-wa: Ossolineim, 1974.

Sociology of mass communications. L.: Academic Press, 1976.

Stramm B. Men, Messages and Media: A Look at Human Communication. N. Y., 1973

Sudman S. The Presidents and Pools. // Opinion Quarterly. 1982. Vol. 46. № 3.

The Future under President Reagan. Westport: Univ. press, 1981.

The Peace Movement in Europe and the United Sates. L., Sidney: The Free Press, 1985.

Wayne S. The Road to the White House: the Politics of Presidential Elections. N. Y.: Harper & Row, 1980.

West Ch. K. The Social and Psychological Distortion of Information. Chicago: Univ. press, 1981.

Williams R. The Sociology of Culture. N. Y.: Pergamon Press, 1982.

Wund W. Volkerpsychologie. Berlin, 1900-1920. Bd. 1-X.

Абалкин Л. И. Доклад «Радикальная экономическая реформа: первоочередные и долговременные меры» на Всесоюзной научно-практической конференции по проблемам радикальной экономической реформы. // Правда. 1989. 14 ноября.

Агаев С. Л. Иран в прошлом и настоящем (Пути и формы революционного процесса). М.: Наука, 1981.

Агаев С. Л. Иран: рождение республики. М.: Политиздат, 1981. *Агаев С. Л.* Иранская революция, США и международная безопасность. М.: Наука, 1984.

Американское общественное мнение и политика. М.: Прогресс, 1978.

Антоний. Догматическое богословие. Киев: издъ-во патриархии, 1862.

Аристотель. Политика. М.: Академия, 1911.

Ашин Г. К. «Массы» теории. // Современная западная социология: словарь. М.: Политиздат, 1990.

Баталов Э. Я. Воображение и революция. Вопросы философии. 1972. № 1.

Баталов Э. Я. Изучение структуры политического сознания. // Новый мировой порядок и политическая общность. Ежегодник Советской ассоциации политических наук, 1981. М.: Наука, 1983.

Баталов Э. Я. Массовое политическое сознание современного американского общества: методология исследования. // Общественные науки. 1981. № 3.

Бехтерев В. М. Коллективная рефлексология. Петроград: изд-е медицинского об-ва, 1919.

Бехтерев В. М. Роль внушения в общественной жизни. СПб., 1898.

Бехтерев В. М. Предмет и задачи общественной психологии как объективной науки. СПб., 1911.

Бланк А. С. Старый и новый фашизм. Политико-социологический очерк. М.: Политиздат, 1982.

Блэк С. Public Relations. Что это такое? М.: Политиздат, 1990.

Брутенц К. Освободившиеся страны в начале 80-х годов. // Коммунист. 1984. № 3.

Букин В. Р. Социальная психология и религия. // Проблемы общественной психологии. М.: Наука, 1962.

Булгаков М. А. Собрание сочинений в 10 тт. М.: Голос, 1995-2000.

Бурлацкий Ф. М., Галкин А. А. Современный Левиафан: Очерки политической социологии капитализма. М.: Политиздат, 1985.

Бэкон Ф. Новый Органон. Л.: Наука, 1935.

Бэрон Р., Ричардсон Д. Агрессия. СПб.: Питер, 1998.

Васильев Б. На пределе. // Известия. 1991. 2 января.

Введенский А. Религиозное сознание язычества. Т. 1. М.: Академия, 1902.

Викторов П. Учение о личности как нервно-психическом организме. Вып. I. М., 1887. C.V.

Викторов П. Учение о личности и настроениях. М.: Московское книгоиздательство, 1903.

Вичура А., Жукелъе И. Психическая зараза. М.: Медицинское об-во, 1912.

Вовенарг Л. де. Размышления и максимы. Л.: Наука, 1988.

Военный энциклопедический словарь. М.: Сов. Энциклопедия, 1983.

ВойтасикЛ. Психология политической пропаганды. М.: Прогресс, 1981.

Войтоловский Л. Н. Очерки коллективной психологии. Ч. I. М., Пг.: Госиздат, 1924.

Выготский Л. С. Избранные психологические исследования. М.: Просвещение, 1956.

Выписка 15-я. Архив К. Маркса и Ф. Энгельса. Кн. 4. М. Л.: Госиздат, 1929.

ВятрЕ. Социология политических отношений. М.: Прогресс, 1979.

Гельвеции К. О человеке. М.: Академия, 1937.

Гоголь Н. В. Собрание сочинений в 4 тт. М.: Библиосфера, 1999.

Гольбах П. А. Избранные произведения. Т. 1. М.: Мысль, 1963.

Горбачев М. С. Демократизация суть перестройки, суть социализма. // Правда. 1988. 13 января.

Горбачев М. С. Наращивать интеллектуальный потенциал перестройки. // Правда. 1989. 8 января. *Горбачев М. С.* Перестройка и молодежь: время действий. // Правда. 1988. 1 ноября.

Гордон Л., Клопов Э. Рабочее движение: издержки и приобретения. // Правда. 1990. 18 января.

Гордон Л. А., Клопов Э. В. Что это было?: Размышления о предпосылках и итогах того, что случилось с нами в 30-40-е годы. М.: Политиздат, 1989.

Горячева А. И., Макаров М. Г. Общественная психология. Л.: Наука, 1979.

Градовский А. Д. История местного управления в России. Т. 1. СПб., 1868.

Трушин Б. А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. М.: Политиздат, 1987.

Гуревич А. Я. Проблемы средневековой народной культуры. М.: Наука, 1981.

Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. Т. П. М.: Наука, 1979.

Дарвин Ч. Собр. соч. Т. III. М.-Л.: Госиздат, 1939. *Додонов Б. И.* Эмоция как ценность. М.: Политиздат, 1978.

Достоевский Ф. М. Новые материалы и исследования. Литературное наследство. Т. 86. М.: Наука, 1973.

Достоевский Ф. М. Письма. Т. 1. М.—Л.: Академия, 1928.

Достоевский Ф. М. Поли. собр. соч. СПб.: товарищество Сытина, 1895.

Достоевский Ф. М. Полное собрание сочинений в 10 тт. М.: Художественная литература, 1958-1973.

Дюверже М. Политические партии. М.: Академический проект, 2000.

Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Одесса: Орион, 1900.

Дюркгейм Э. Самоубийство: социологический этюд. СПб.: товарищество Сытина, 1912.

Евгенъева Т. В. Психология религии и проблемы работы с верующими. М.: изд-во Института общественных наук при ЦК КПСС, 1988.

Евфрасия. Жизнь во всей ее полноте: монашеский опыт. Журнал Московской патриархии. 1984. № 2.

Егорова Е. В. Влияние внутриполитической обстановки на принятие внешнеполитических решений капиталистическим государством. // Взаимосвязь и взаимовлияние внутренней и внешней политики. Ежегодник Советской ассоциации политических наук, 1980. М.: Наука, 1982.

Егорова Е. В. Новейшие исследования личностей политических лидеров в американской политической психологии. // Психологический журнал. 1983. Т. 4. № 3.

Журнал Московской патриархии. 1956. № 6.

За рубежом. 1983. № 21.

За рубежом. 1983. № 25.

Заргаров Е. А. Становление понятия настроение в социальной психологии. Автореф. канд. дисс. Новосибирск, 1969.

Зейгарник Б. В. Теория личности К. Левина. М.: изд-во МГУ, 1981.

Изард К. Эмоции человека. М.: изд-во МГУ, 1980.

Иллюстрированная энциклопедия моды. Прага: Русский язык, 1988.

Ильф Е., Петров Е. Двенадцать стульев. Золотой теленок. М.: Художественная литература, 1990.

Ислам: проблемы идеологии, права, политики и экономики. М.: Наука, 1985. *Йентш*

Э. О своенравных настроениях. СПб.: изд-е медицинского общества, 1904.

Калашников Н. И. Некоторые особенности политической культуры в развивающихся странах (на примере Таиланда). // Мирное сосуществование и социально-политическое развитие. Ежегодник советской ассоциации политических наук, 1976. М.: Наука, 1977. ➢

Клаус!. Сила слова. М.: Прогресс, 1967.

Клике Ф. Пробуждающееся мышление. У истоков человеческого интеллекта. М.: Прогресс, 1983.

Ключевский В. О. Неопубликованные произведения. М.: Наука, 1983.

Ключевский В. О. Письма. Дневники. Афоризмы и мысли об истории. М.: Наука, 1968.

Ключевский В. О. Сочинения в 9 тт. М.: Мысль, 1987-1990.

Кокошин А. А. Прогнозирование и политика. Методология, организация и использования прогнозирования международных отношений во внешней политике США. М.: Наука, 1975.

Комплексное прогнозирование в экономике и международных отношениях. Вып. 1. М.: изд-во ИМЭМО АН СССР, 1975.

Комплексное прогнозирование в экономике и международных отношениях. Вып. 2. М.: изд-во ИМЭМО АН СССР, 1976.

Реклама за рубежом. М.: Прогресс, 1977.

Коран. Пер. И. Ю. Крачковского. М.: Наука, 1963.

КорваланЛ. Путь победы. М.: Политиздат, 1971.

Корнилов Л., Филъчикова Н. От глашатая до неона. М.: Знание, 1978.

Королев Ю. Н., Кудачкин М. Ф. Латинская Америка: революции XX века. М.: Политиздат, 1986.

Королев Ю. Н. Чилийская революция. М.: Наука, 1982.

Косолапое Н. А. Социальная психология и международные отношения. М.: Наука, 1983.

Крижанич Ю. Разговоры об владательству, или Политичные думы. М.: Московское книгоиздательство, 1859.

Крупская Н. Предисловие к русскому изданию. // Рид. Д. Десять дней, которые потрясли мир. М.: Госиздат, 1923.

Рид Д. Десять дней, которые потрясли мир. М.: Госиздат, 1923.

Кудачкин М. Ф. Чили: борьба за единство и победу левых сил. М.: Политиздат, 1973.

Кудачкин М. Ф., Борисов А. В., Ткаченко В. Г. Чилийская революция: опыт и значение. М.: Политиздат, 1977.

Кудрявцев Ю. Г. Три круга Достоевского. М.: Наука, 1979.

Лабрюйер Ж. де. Характеры или нравы нынешнего века. М. -Л.: Академия, 1964.

Лебедева М. М. Политическая психология за рубежом. // Критика буржуазных политологических концепций: К итогам XI конгресса международной ассоциации политологических наук. М.: изд-во ИНИОН АН СССР, 1982.

Лебон Г. Психология народов и масс. СПб., 1896.

Лебон Г. Психология социализма. Литературное обозрение. 1991. № 6.

Лебон Г. Психология социализма. СПб., 1908.

Ленин В. И. Полное собрание сочинений в 55 т. 5-е изд. М.: Госполитиздат, 1967-1984.

Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики. М.: изд-во МГУ, 1972.

Леонтьев А. Я. Деятельность и личность. // Вопросы философии. 1974. № 5.

Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1975.

Литературная газета. 1988. 21 декабря.

Лихачев Д. С. Россия. // Литературная газета. 1988. № 41.

Ляпина Т. В. Политическая реклама. Киев: ВИРА-Р, 2000.

Магомедов Н. Г. Духовная атмосфера социалистического общества. // Коммунизм и вопросы развития духовной жизни общества. Ростов-на-Дону: областное книжное изд-во, 1970.

Макиавелли Н. История Флоренции. Л.: Наука, 1973.

Манфред А. 3. Великая французская революция. М.: Наука, 1983.

Манфред А. 3. Наполеон Бонапарт. М.: Наука, 1973.

Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения в 50 т. 4-е изд. М.: Госполитиздат, 1951-1984.

Массовая информация в советском промышленном городе. М.: Политиздат, 1980.

Материалы Пленума Центрального Комитета КПСС, 25-26 июня 1987 г. М.: Политиздат, 1987.

Материалы Пленума Центрального Комитета КПСС, 27-28 января 1987 г. М.: Политиздат, 1987.

Миллс Р. Властвующая элита. М.: Наука, 1959.

Михайловский Н. К. Герои и толпа. СПб., 1882.

Моль А. Социодинамика культуры. М.: Прогресс, 1973. 406 С.

Москвичев С. Г. Проблемы мотивации в психологических исследованиях. Киев: Наукова Думка, 1975.

Мстиславский С. Д. «Пять дней». Начало и конец февральской революции. М.: Госиздат, 1922.

На изломах социальной структуры. М.: Мысль, 1986.

Найссер У. Познание и реальность. М.: Прогресс, 1981.

Новая технократическая волна на Западе. М.: Политиздат, 1986.

Неволин К. А. История российских гражданских законов // Поли. собр. соч. Т. 4. СПб.: Академия, 1857.

Неизданный Достоевский. Записные книжки и тетради. 1860-1881. Лит. наследство. Т. 86. М.: Наука, 1971.

Неймарк М. С. Направленность личности и аффект неадекватности у подростков. // Изучение мотивации поведения детей и подростков. М.: Просвещение, 1972.

Нечкина М. В. Василий Осипович Ключевский: История жизни и творчества. М.: Наука, 1974.

Новая жизнь. 1917. № № 205, 195, 74, 2.

Оболонский А. В. Общественное мнение и настроение как факторы демократического управления. // Политические институты и обновление общества. Ежегодник Советской ассоциации политических наук, 1989. М.: Наука, 1989.

Ожегов С. И. Словарь русского языка. М.: Русский язык, 1986.

Ольшанский Д. В. Адаптация социальная. // Философский энциклопедический словарь. М.: Сов. Энциклопедия, 1983

Ольшанский Д. В, Афганистан на рубеже национального примирения: борьба за расширение социальной базы революционной власти (политико-психологический и страноведческий очерк). // Ислам и политика. Вып. 5. М.: изд-во Института общественных наук при ЦК КПСС, 1988.

Ольшанский Д. В. Польша: массовые настроения на этапе национального примирения. М.: изд-во Института общественных наук при ЦК КПСС, 1989.

Ольшанский Д. В. Массовые настроения в политике. М.: Прин-Ди, 1995.

Ольшанский Д. В. Массовые настроения переходного времени. Вопросы философии. 1992. № 4.

Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. М.: Академический проект, 2001. *Ольшанский Д. В.* Подражания теории. // Современная западная социология: словарь.

М.: Политиздат, 1990. *Ольшанский Д. В.* Польша: массовые настроения на этапе национального примирения.

М.: изд-во Института общественных наук при ЦК КПСС, 1989.

Ольшанский Д. В. Слова, слова, слова... Гласность и массовое сознание общества. Литературное обозрение. 1989. № 8.

Ольшанский Д. В. Социальная психология «винтиков». Вопросы **философии.** 1989. №8.

Ольшанский Д. В. Трансформация человеческого сознания (От мегамашины тоталитаризма к демократическому обществу). Политические исследования. 1991. № 3.

Она. 2000. № 1.

Орлова Л. Азбука моды. М.: Просвещение, 1988.

Ортега-и-Гассет X. Восстание масс. // Вопросы философии. 1989. М° 3,4.

Осипова В. Н. Влияние нервно-психического тона (настроения) на скорость зрительных впечатлений. Казань: университетское изд-во, 1914.

Основы социальной психологии и пропаганды. М.: изд-во Института общественных наук при ЦК КПСС, 1982.

Оттоне П. Да поможет вам Запад. // Московские новости. 1988. № 49. *Парыгин Б. Д.* В. И. Ленин о формировании настроения масс. Автореф. канд. дисс. Л., 1961.

Парыгин Б. Д. Общественное настроение, его природа и динамика. // Проблемы общественной психологии. М.: Мысль, 1965.

Парыгин Б. Д. Общественное настроение. М.: Мысль, 1966.

Парыгин Б. Д. Социальная психология как наука. М.: Наука, 1969.

Парыгин Б. Д., Ерунов Б. А., Букин В. Р. Религиозное настроение и его структура. // Вопросы научного атеизма. М.: Наука, 1971. Вып. II.

Петражицкий Л. И. Введение в изучение права и нравственности. Основы эмоциональной психологии. СПб., 1908.

Платонов К. К. Краткий словарь системы психологических понятий. М.: Высшая школа, 1984.

Платонов К. К. Психология религии. // Социальная психология. М.: Политиздат, 1975.

Плеханов Г. В. Избранные философские произведения в 5 т. Т. 2. М.: Госполитиздат, 1956.

Плеханов Г. В. Сочинения. Т. XIV. М.: Госиздат, 1925.

Политология: Энциклопедический словарь. М.: изд-во Моск. коммерческого университета, 1993.

Попов С. И. Социализм и оптимизм. М.: Политиздат, 1981.

Попов С. И. Социальный пессимизм в системе современной буржуазной идеологии. // Вопросы философии. 1980. № 9. *Португалов В. П.* Повальные чудачества. // Реньяр П. Умственные эпидемии. СПб.:
изд-е медицинского общества, 1889. *Поршнев Б. Ф.* О начале человеческой истории (Проблемы палеопсихологии). М.:
Мысль, 1974. *Поршнев Б. Ф.* Социальная психология и история. М.:
Наука, 1966.

Поршнев Б. Ф. Элементы социальной психологии. // Проблемы общественной психологии. М.: Наука, 1965.

Правда. 1984. 14 марта.

Правда. 1986. 8 февраля.

Правда. 1987. 10 декабря.

Правда. 1987. 12 декабря.

Правда. 1990. 23 марта.

Правда. 1990. 26 марта.

Пристер Е. Венгерский репортаж. М.: Госполитиздат, 1957. Прогнозирование на проблемных сетях. Вып. 1. М.: изд-во ИМЭМО, 1981. Происхождение религии в понимании буржуазных ученых. М.: Госиздат, 1932.

Психологический словарь. М.: Педагогика, 1983.

Психология. Словарь. / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. М.: изд-во политической литературы, 1990.

Резников А. Б. Иран: падение шахского режима. М.: Политиздат, 1983.

РейковскийЯ. Экспериментальная психология эмоций. М.: Прогресс, 1979.

Рид Д. Десять дней, которые потрясли мир. М.: Госиздат, 1923.

Романова М., Северин А. Оглоушенные счастьем. // Московский комсомолец. 2001. 5 января.

Рощин С. К. Взаимосвязь и взаимовлияние внутренней и внешней политики в свете западной политической психологии. // Взаимосвязь и взаимовлияние внутренней и внешней политики. Ежегодник Советской ассоциации политических наук, 1980. М.: Наука, 1982.

Рощин С. К. Политическая психология. // Психологический журнал. 1980. Т. I. № 1.

Рубинштейн С. Л. Бытие п сознание. М.: Наука, 1956.

Рутенбург В. И. Жизнь н творчество Никколо Макиавелли. // Макиавелли Н. История Флоренции. Л.: Наука, 1972

Самсонов Р. Социальная психика и идеология. Ереван: изд-во АН Армении. 1970.

Винчев В. Мораль и социальная психика. М.: Прогресс, 1978.

Сергиев А. В. Предвидение в политике. М.: Наука, 1974.

Теоретико-методологические проблемы социального прогнозирования и социального проектирования в условиях научно-технического прогресса. М.: изд-во ИМЭМО, 1986.

Словарь иностранных слов. М.: Русский язык. 1989.

Советский энциклопедический словарь. М.: Сов. Энциклопедия, 1980.

Современное политическое сознание в США. М.: Наука, 1980.

Современное революционное движение н национализм. М.: изд-во политической литературы, 1973.

Соловьев С. М. История России с древнейших времен. Т. 5. М.: Мысль, 1981.

Соловьев С. М. Чтения и рассказы по истории России. М.: Мысль, 1989. Социальная психология. / Под ред. Е. С. Кузьмина. В. Е. Семенова. Л.: Изд-во ЛГУ, 1979. Социальная психология. Краткий очерк. / Под ред. Г. П. Предвечного и Ю. А. Шерковина. М.: Политиздат, 1975.

Спиноза Б. Избранные произведения в 2 тт. Т. 2. М.: Мысль, 1957. Средние городские слои Латинской Америки. М.: Наука, 1974. Средние слои городского общества в странах Востока. М.: Наука, 1975.

Стефанов Н. Н. Общественото настроение. Същност и формиране. София: Партиздат, 1975.

СэвЛ. Марксизм и теория личности. М.: Мысль, 1972. *ТардГ.*

Социальная логика. СПб.: Народная книга, 1901. *Тард Г.* Законы

подражания. СПб.: изд-е Л. Ф. Пантелеева, 1892. *ТардГ.*

Социальные этюды. СПб.: Народная книга, 1902.

Тихомиров М. Н. К выходу первых трех томов Собрания сочинений В. О. Ключевского. // Вопросы истории. 1958. № 8.

Троцкий Л. Письма и дневники. М.: Политиздат, 1986.

Уледов А. К. Актуальные проблемы социальной психологии. М.: Мысль, 1981.

УледовА. К., АнищенкоА. И. Исследование общественного настроения как социально-психологического явления. // Философские науки. 1968. № 1.

Уроки Чили. М.: Политиздат, 1977.

Фейербах Л. Избранные философские произведения в 3 тт. Т. II. М.: Мысль, 1955.

Феофанов О. А. Агрессия лжи. М.: Политиздат, 1987.

Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России. СПб.: Питер, 2000.

Философский словарь. М.: Политиздат, 1980.

Философский энциклопедический словарь. М.: Сов. Энциклопедия, 1983.

Фолкнер У. Осквернитель праха. М.: Художественная литература, 1973.

Франкфурт Ю. Плеханов и классовая психология. Под знанием марксизма. 1928. №5.

Фрейд 3. Массовая психология и анализ человеческого «Я». // Фрейд 3. Избранное. Т. 1. L: Academic Press, 1969.

Фрейд 3. Тотем и табу: Психология первобытной культуры и религии. М.; П.: Академия, 1924.

Хейзита И. Осень средневековья. М.: Наука, 1988.

Хрущев Н. С. Речь в ассоциации демократической прессы во время пребывания во Франции. // Правда. 1960. 26 марта.

Циген Т. Ф. Физиологическая психология. СПб.: изд-е медицинского общества, 1909.

Чагин Б. А. Ленин о роли субъективного фактора в истории. Л.: изд-во ЛГУ, 1967.

Чехарин Е. М. Политическая система. // Философский энциклопедический словарь. М.: Сов. Энциклопедия, 1983.

Чижевский А. Л. Солнечные пятна и... психозы. // Природа и человек. 1989. № 5.

Чижевский А. Л. Физические факторы исторического процесса. М.: Госиздат, 1924.

Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовой коммуникации. М.: Наука, 1973.

Шерковин Ю. А., Евгенъева Т. В. Теоретическое наследие К. Маркса и психология политики. Вопросы психологии. 1983. № 3.

Шерковин Ю. А., Столбун Е. Б. Ленинское наследие и психология политики. // Вопросы психологии. 1980. Л« 5. *Шестопал Е. Б.* Психология политики. М.: изд-во Института общественных наук при ЦК КПСС, 1989.

Шибутани Т. Социальная психология. М.: Прогресс, 1969.

Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980.

Штернберг Л. Я. Первобытная религия в свете этнографии. Л.: Академия, 1936.

ЩепаиьскийЯ. Элементарные понятая социологии. М.: Прогресс, 1969.

Энциклопедический социологический словарь. М.: изд-во Института социально-политических исследований РАН. 1995.

Яблоков И. Н. Социология религии. М.: Мысль, 1979.

Яковлев М. В. Идеология. М.: Политиздат. 1979.